

Le Journal

Pauline Laigneau
Fondatrice de **Gemmyo**

Le futur Mark Zuckerberg se trouve ici !

©Pauline Mignon

Octobre 2021 - N° 95

Sommaire





L'INNOVATION À LA UNE

Au Cœur du Supérieur

Campus

#VISIONUNIV

Experts



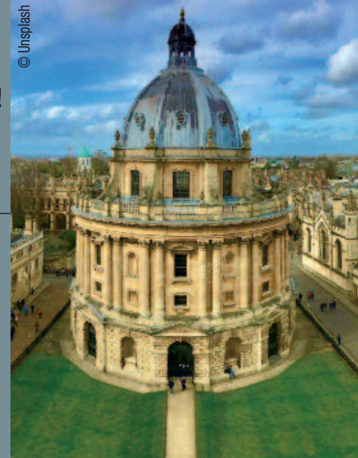


© Unsplash



© AdobeStock

© AdobeStock



© Unsplash

47 dirigeants témoignent

Les Éditions Cassines 98/102, rue de Paris - 92100 - Boulogne-Billancourt - Tél : 01 41 10 88 00 www.mondedesgrandesecoles.fr - **P DG :** Marie-Claude Mathieu - mc.mathieu@mondedesgrandesecoles.fr - **Directrice générale :** Anne-Sophie Berrebi-Mathieu - as.berrebi-mathieu@mondedesgrandesecoles.fr - **Directeur du Business Development et de la croissance :** Morgan Gernigon - m.morgan@mondedesgrandesecoles.fr - **Responsable du développement et de la formation :** Sophie Perbos s.perbos@mondedesgrandesecoles.fr - **Responsables des relations entreprises :** V. Douieb, O. Obadia, V. Rossmann, S. Perbos, S. de Porcaro, M. de Crecy - **Directrice de l'information, responsable des publications :** Clarisse Watine c.watine@mondedesgrandesecoles.fr - **Rédactrice pluri-média/Campus Manager :** Léa Benhadouche l.benhadouche@mondedesgrandesecoles.fr - **Rédactrice pluri-média/Community Manager :** Marine Delcros m.delcros@mondedesgrandesecoles.fr - **Rédacteurs :** Léa Benhadouche, Fanny Bijaoui, Bertrand Bourgine, Jérôme Bourgine, Violaine Cherrier, Marine Delcros, Aurélie Nicolas, Clarisse Watine - **Directrice de la fabrication pluri-média & Coordinatrice communauté d'experts :** Catherine Giaccobi c.giaccobi@mondedesgrandesecoles.fr - **Iconographie :** Akila Hamza - **Conception :** Stéphanie Brami - **Imprimerie :** Grãficas Jomagar - www.graficasjomagar.com - **Pour recevoir JDE :** Tél : 01 41 10 88 00 • **ISSN 1278 5989 - Dépôt légal :** à parution

PEFC

Les publi-rédactionnels de nos dossiers ont été réalisés par le service commercial des Editions Cassines : **14.** TRABET - **15.** Qualiconsult - **24.** Septodont - **25.** NTN-SNR - **26.** Gémo - **28.** UPSA - **32** NEXIRA - **34.** CDC Habitat - **35.** Valeo - **37.** Setec - **38.** groupe Fondasol - **39.** EDF - **40.** ENGIE - **42.** EDF Chine **44.** BRGM - **45.** ITER Organization - **53.** Ramsay Santé - **54.** Groupama AM **55.** BNP Paribas CIB - **57.** La Banque Postale - **59.** GSK - **60.** SEB - **61.** GEODIS - **63.** Sanofi - **65.** Accor - **66.** Chiesi - **68.** Janssen - **69.** PASàPAS - **71.** Banque Populaire Rives de Paris - **72.** Orange - **73.** UGAP - **74.** VINCI Energies Nucléaire - **76.** Havas Health & You - **77.** METRO - **78.** Damart - **79.** Tridem Pharma - **80.** Groupe Bouygues - **82.** MESSER - **84.** Zadig&Voltaire **86.** Groupe Casino - **87.** Groupe TF1 - **88.** SUEZ - **89.** Plastic Omnium - **90.** BNP Paribas - **92.** Sanofi - **93.** Demathieu Bard - **94.** Thermo Fisher Scientific



Pauline Laigneau

cofondatrice de la marque de joaillerie





© Pauline Mignon

Diplômée de l'ENS et de HEC Paris, entrepreneure et cofondatrice de la marque de joaillerie Gemmyo, Pauline Laigneau ne s'arrête pas là. Elle partage également les conseils, astuces, principes ou philosophie de personnes parmi les plus brillantes dans leur domaine grâce à son podcast Le Gratin créé en 2018 et aujourd'hui renommé "Le podcast de Pauline Laigneau". Rencontre.

Par Marine Delcros

Bijoux et innovation, ça matche ! Pauline Laigneau nous le prouve avec sa marque de joaillerie Gemmyo dont l'innovation fait partie intégrante de l'ADN. Et si son parcours est inspirant, l'entepreneur aime aussi se nourrir des expériences des autres et les partager. Plus de trois ans après la création de son podcast Le Gratin, elle s'est lancée il y a un an dans la formation pour aider les entrepreneurs, freelances et CEO à "mettre de l'ambition dans leurs projets". Forte de son experience, elle revient sur son parcours de chef d'entreprise mais aussi sur la place de l'innovation en France et dans l'enseignement supérieur.

Vous avez créé en 2011 la marque de joaillerie Gemmyo : pourquoi vous êtes-vous lancée dans l'entrepreneuriat ?

Mon parcours initial n'avait pas pour vocation de m'orienter naturellement vers l'entrepreneuriat. Mes études littéraires me prédestinaient à un métier dans l'enseignement, le journalisme ou la recherche. Mais comme beaucoup de jeunes, je n'avais pas véritablement réfléchi à ce que je souhaitais faire plus tard. Après des études à rallonge pour faire plaisir à mon entourage, je décide de m'écouter et de faire ce qui m'anime. Je prends alors conscience que je veux créer, produire et vivre une aventure. L'entrepreneuriat m'est apparu comme le métier le plus proche de mes aspirations.

Quand on parle innovation, on ne pense pas naturellement à la joaillerie. Comment avez-vous dépoussiéré ce milieu ?

Gemmyo a été construit sur l'idée d'être une marque innovante. Nous avons gardé l'innovation comme faisant partie de l'ADN de notre marque. Cela se traduit dans la fabrication de nos bijoux, dans laquelle nous allions savoir-faire artisanal et innovation. Nous voulions faire de la joaillerie de qualité française, mais en la modernisant avec une marque vivante, authentique, dans l'air du temps. L'innovation se perçoit également au niveau de la distribution, puisque Gemmyo est ce qu'on appelle une "DNVB" : une marque qui vend ses produits en grande partie via le digital.

Parlez-nous de votre plus grande fierté en tant que chef d'entreprise mais aussi de la plus grande difficulté à laquelle vous a confrontée l'entre-preneuriat ?

En tant que chef d'entreprise, ma plus grande fierté est de réussir à faire travailler plus de 150 artisans dans toute la France. Des artisans qui ont besoin que des marques s'engagent pour faire rayonner leur savoir-faire. Un ancrage local et un sens de l'humain qui donne du sens à l'action. L'entrepreneuriat m'a aussi confrontée à des moments d'inquiétude, de doute et à des échecs. Je me rappelle notamment du tout début de l'aventure Gemmyo : nous n'étions pas du secteur, nous n'avions aucune connaissance en joaillerie et nous n'avions pas encore de nom sur la place. Il a fallu se battre pour convaincre des ateliers de croire en notre projet et d'accepter de travailler avec nous. J'ai sûrement appelé au moins une centaine d'ateliers avant de décrocher une réponse positive. Tout le monde nous prenait de haut ou se demandait si on était carrément fous… certes à l'époque le projet n'était pas très attirant ! Mais ça n'a pas empêché un atelier de nous faire confiance et de permette à Gemmyo de démarrer enfin.

Vous avez créé le podcast *Le Gratin* : un moyen d'inciter à entreprendre ?

Oui, l'envie de créer un podcast m'est venue d'un constat : j'écoutais des podcasts sur l'entrepreneuriat. Essentiellement américains, car je trouvais l'offre en français un peu décevante. Or, j'ai la chance de rencontrer beaucoup de personnes passionnantes et je trouvais dommage qu'il n'y ait que moi qui apprenne de toutes ces conversations alors qu'en parallèle on me posait beaucoup de questions. J'ai eu envie de réunir les deux : rencontrer des personnes auprès desquelles j'allais apprendre et, au passage, faire apprendre à d'autres. Créer mon propre podcast était pour moi une manière de partager les astuces, les principes ou philosophies de personnes parmi les plus brillantes dans leurs domaines. En mars 2018 j'ai donc lancé *Le Gratin* qui s'appelle aujourd'hui *Le podcast de Pauline Laigneau*, et est numéro 1 de l'iTunes store français dans la catégorie business.

Selon vous, incite-t-on assez à innover en France ?

Comme l'a rappelé Luc Julia dans un récent épisode du podcast, nous avons en France les meilleurs ingénieurs du monde. Je suis intimement convaincue que l'innovation est au cœur des objectifs de notre pays, aussi bien dans le monde de l'ingénierie que dans le monde de l'entreprise. Toutefois, on ne peut pas nier qu'en termes d'innovation, on peut toujours faire plus ! Si on considère la culture de l'échec en France, on constate que l'innovation n'est pas en odeur de sainteté. Pour innover il faut tester en permanence et donc inévitablement être capable de tirer des enseignements de ses échecs. L'innovation, ce n'est pas innover une seule fois, c'est construire quelque chose de durable et pérenne au niveau de l'entreprise.

Pour vous, l'enseignement supérieur insuffle-t-il assez un esprit créatif et d'innovation aux jeunes générations ?

Je pense que l'enseignement supérieur choisit de plus en plus d'insuffler un esprit créatif et innovant à ses étudiants. HEC Paris fut une succession d'ouvertures de portes et d'ouvertures d'esprit. A HEC Paris j'ai appris à oser et à me libérer de certaines idées reçues ou limitations que je me mettais à moi-même. Normale Sup m'a appris à ne rien prendre pour acquis. A aller au bout des choses. A avoir du discernement. Et ça, c'est absolument clé pour savoir innover !



#1 Etre passionné par sa "mission"

#2 Tester le plus vite possible auprès de vrais clients

#3 Être prêt à y donner tout son corps et toute son âme

#4 Ne pas attendre de résultats immédiats. Rome ne s'est pas faite en un jour

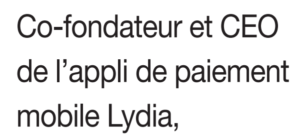
#5 Commencer par des petit projets, des petits objectifs qui grandiront avec le temps et l'expérience



© Gemmyo

Cyril Chiche
cofondateur et CEO de Lydia
VP de France FinTech

© Lydia



Co-fondateur et CEO de l'appli de paiement mobile Lydia, **Cyril Chiche** baigne dans l'entrepreneuriat depuis près de 20 ans. Une appétence comme héritage familial qui l'a amené à lancer Lydia, une des pépites de la fintech française, en 2013. Ça tombe bien puisqu'il est également VP de FinTech France. Rencontre.

Par Marine Delcros

« Je te fais un Lydia ? » Vous avez forcément déjà prononcé ou entendu cette phrase, surtout si vous avez entre 18 et 35 ans ! Plus qu'une marque, Lydia est devenu un nom commun. Huit ans après son lancement, la startup qui souhaite « réhumaniser la banque » a fêté en juillet dernier ses 5 millions d'utilisateurs et a levé 112 millions d'euros en décembre 2020, un record pour une startup de la fintech. Cyril Chiche nous raconte les dessous de son histoire. Attention, parcours à suivre !

Parlez-nous de vos débuts dans l'entrepreneuriat.

Durant mes études à l'ISG, je souhaitais débuter dans le marketing chez un grand nom du luxe ou de la mode. J'ai donc cherché un stage de 3e année en marketing à l'international, mais on ne me proposait que des stages non rémunérés ce que je trouvais extrêmement choquant. J'ai finalement choisi un autre chemin en entrant chez Neartek, une entreprise dans l'informatique qui débutait et cherchait des commerciaux. Après avoir cofondé des entreprises, j'ai eu envie de m'orienter vers le BtoC. Par hasard, je me suis intéressé au paiement mobile : il explosait au Kenya (où peu de gens étaient bancarisés), au Japon et en Corée, où tout le monde était déjà équipé d'un smartphone. Sans doute par naïveté et par manque de connaissance de la complexité du sujet, je me suis lancé là-dedans : j'ai exploré les possibilités et cherché un cofondateur. J'ai alors rencontré **Antoine Porte** avec qui j'ai travaillé tous les aspects financiers, faisabilité… et, en septembre 2011, nous nous sommes lancés.



© Lydia

Qu'est-ce qui vous plait dans l'entre-preneuriat ?

Dans ma famille, on ne compte que des d'entrepreneurs ou des profes-sionnels indépendants : alors c'est dans mes gènes ! J'ai débuté ma vie professionnelle dans des startups et j'ai de suite aimé la capacité d'impact que cela me procurait. Même en tant que stagiaire, l'impact de mes actions était beaucoup plus fort que dans d'immenses structures. C'est ce qui m'excite et m'intéresse.



Vous avez levé 112 millions d'euros avec Lydia en décembre dernier. Racontez-nous l'histoire de cette success story.

Nous avons débuté par un service de paiement par QR code dans les bars en 2012. On a appris des tonnes de choses et sur ces bases, nous avons défini la philosophie de Lydia et notre vision à long terme : un système de paiement mobile pour tous les achats du quotidien. Nous nous sommes d'abord tournés vers une application pour les pros et indépendants afin qu'ils puissent encaisser sans machine à carte et pour les particuliers pour pouvoir se rembourser, partager les additions, etc. Nous avons développé l'appli jusqu'en juillet 2013 puis avons lancé Lydia. Nous nous sommes faits jeter par les taxis, les médecins, les ostéopathes, les plombiers... Une dizaine de métiers et à chaque fois c'était la débâcle ! Nous commencions à stresser car nous nous étions lancés avec 600 000 d'euros en poche, l'argent de nos proches…

Le tournant ?

Un jour, un membre de notre équipe nous a proposé d'aller vers son école de développeurs pour voir si la partie peer to peer pouvait les intéresser. Nous avons rencontré le trésorier du BDE qui a voulu utiliser Lydia pour encaisser les ventes des places pour les soirées. Une évidence ! Tout le campus s'est équipé et les étudiants ont même forcé la cafétéria à utiliser Lydia. Nous nous sommes développés sur 10 campus, puis 50. Aujourd'hui nous sommes sur 450 campus.

Les étudiants ont joué un rôle dans le développement de Lydia. Est-ce toujours le cas ?

On peut même dire que ce sont les étudiants qui ont fait Lydia. Fin 2015, j'ai su qu'on tenait un truc : j'étais invité à intervenir dans un cours à Dauphine et dans le hall, j'ai entendu un étudiant dire à un autre : « Je te fais un Lydia ». Cela arrive qu'une marque devienne un nom commun mais pas une marque de cette taille, avec 15 collaborateurs et 60 000 clients… On avait répondu à un besoin et on tenait quelque chose de viral et potentiellement sociétal.

Où en êtes-vous aujourd'hui ?

Nous avons fêté nos 5 millions d'utilisateurs le 15 juillet 2021 et gagnons environ 150 000 nouveaux utilisateurs par mois. Aujourd'hui 80 % de notre base a entre 18 et 35 ans mais le segment qui grossit le plus est celui des 35-45 ans. Notre but ? Réinventer la banque et développer tous les produits qui y sont proposés. Après le paiement entre particuliers et le paiement grâce à une carte physique, nous allons étendre nos services au crédit et comptes épargne.

Vous êtes vice-président France Fintech. Pouvez-vous nous en parler ?

France FinTech est une association réunissant des startups de la fintech française. Son but : en faire la promotion, mais aussi dynamiser les échanges à l'intérieur de l'écosystème (sur des bonnes pratiques ou sujets sur lesquels on peut mettre des moyens en commun) et de faire le lien entre l'écosystème et les systèmes financiers (banques assurances, régulateurs, ministères, etc). Nous avons débuté il y a 5 ans avec une dizaine d'entreprises et aujourd'hui, nous sommes plus de 200. L'écosystème s'est développé de manière extraordinaire.

Pourquoi ?

D'abord grâce à une politique volontariste mise en place par les trois derniers gouvernements successifs, avec une forte accélération sur le quinquennat actuel. Il y a également eu une vraie prise de conscience du besoin pour la France d'avoir un écosystème dans le numérique avec des startups fortes. Il y a tout un tas d'aides et d'incitations pour les investisseurs et cela a beaucoup d'effets. Aujourd'hui beaucoup de jeunes veulent travailler dans des startups. Cela est aussi dû à la réussite de certaines startups tech comme BlaBlacar ou Critéo.
La fintech est le secteur qui lève le plus d'argent, plusieurs milliards par an en France et qui crée beaucoup emplois. Nous, nous allons recruter 200 personnes dans les 12 prochains mois grâce aux financements. Et nous ne sommes pas les seuls !



© Lydia

La France a donc tout pour être la reine de la tech ?

C'est un secteur qui devient très fort en termes de création d'emplois. En France, nous sommes reconnus pour nos compétences en mathématiques, en sciences fondamentales mais jusqu'à présent l'écosystème n'était pas assez développé et les cerveaux partaient. Aujourd'hui c'est l'inverse : beaucoup d'étrangers aux parcours spectaculaires viennent du monde entier pour travailler dans les entreprises françaises.

Le prochain challenge pour les startups ?

Il y a sans cesse des challenges car c'est un environnement qui va très vite. Ce n'est pas parce qu'on a trouvé une idée que cela va fonctionner pour toujours. Il faut en permanence trouver des solutions optimales à des problèmes donnés. Aujourd'hui, on attend aussi beaucoup des startups qu'elles aient un engagement sociétal : une attente légitime des jeunes générations.



La fièvre de l'innovation semble plus contagieuse depuis le début de la crise sanitaire et économique. Un chiffre : + 36 % des grandes entreprises vont faire croître leurs équipes R&D et innovation d'après une enquête réalisée par l'institut Kantar pour le cabinet Leyton. Meilleur antidote en cette période ? Meilleure immunité depuis déjà bien des années ? Ou simple effet secondaire d'une perception erronée de l'innovation ? Par Léa Benhadouche

L'innovation le vaccin anti-crise ?

© Unsplash

D'après cette même enquête, + 64 % des grandes entreprises voient l'innovation comme l'outil de sortie de crise (59 % des PME). De ce fait, les ambitions d'innovation et les investissements consacrés ne ralentissent pas selon ce baromètre 2021 réalisé auprès de plus de 400 entreprises françaises, britanniques et espagnoles. Au contraire. Car l'innovation, dans le contexte actuel, paraît être la mise la plus rentable, un accélérateur de croissance, mais aussi un réflexe de survie. Face à une remise en cause des positions acquises, les entreprises n'ont d'autre choix que d'explorer de nouvelles idées pour s'adapter.

Piqûre de rappel : l'innovation face aux crises

On peut naturellement se demander si l'innovation participe ainsi à une sorte de « sélection naturelle » des entreprises. Un phénomène que semble nous avoir démontré maintes fois l'Histoire. En effet, au cours des siècles, les entreprises innovantes ont généralement mieux résisté aux crises économiques. Touchées, elles deviennent plus résilientes. La valeur de l'innovation s'est, entre autres, révélée précieuse : signe fort de dynamisme et de solidité. Un exemple ? Lors de la récession des années 80, McGraw Hill avait réalisé une étude sur plus de 600 entreprises. Parmi celles-ci, les sociétés ayant maintenu un effort d'innovation (investissements en R&D pour répondre aux nouvelles attentes en termes de produits et services) ont connu une hausse significative de leur chiffre d'affaires lors de la période post-crise. Une croissance de + 275 % en moyenne sur les cinq années suivant la crise ! De même, entre 2008 et 2010, la moitié des entreprises de plus de dix salariés ont misé sur l'innovation (création de produits, adaptation des stratégies de ventes, changement d'organisation…) pour passer le cap de la crise, révélait une enquête de l'Insee. « L'innovation résulte de la croissance économique, et inversement. Ce couple est inespérable pour redynamiser l'économie » selon Cédric Diridollou, professeur d'économie et responsable du pôle Finance & Audit de l'ISC Paris. « Les situations de crise ont toujours eu la caractéristique d'ouvrir un champ des possibles plus pointu que sans ces évènements exceptionnels. Pourquoi ? Parce qu'elles questionnent nos habitus et nos practicus », complète son homologue de Montpellier Business School, Philippe Giuliani.

L'innovation symptomatique de la crise Covid

La crise économique découlant de la pandémie de Covid-19 n'a pas dérogé à la règle. Celle-ci a aussi été un terreau fertile pour l'innovation. Une source d'opportunités pour les entreprises qui s'adaptent, se réinventent et se tournent déjà vers l'après-pandémie. C'est l'avis de 63 % des dirigeants de PME et ETI selon une étude de Bpifrance publiée en novembre 2020. Comme l'informaticien Alan Kay le disait : « le meilleur moyen de prédire le futur est de l'inventer » ! Alors malgré les incertitudes et le manque de perspectives, l'innovation fait plus que jamais figure de moteur de performance durable pour porter les stratégies de relance. « La crise Covid a révélé les organisations agiles et capables de se réinventer à travers la capacité d'adaptation et d'innovation de leurs équipes », souligne Valérie Mérindol, professeur en management, créativité et innovation et co-directrice de la chaire newPIC de PSB. « Elles se sont montrées tellement plus performantes que les autres ! » Les crises changent les règles du jeu. Mais l'innovation gagne-t-elle la partie ?

Les entreprises et instituts de recherche français ont déposé plus de demandes de brevets en 2020 qu'en 2019 malgré la crise.

Top 3 des secteurs innovants :

les transports

les technologies médicales

les produits pharmaceutiques.

Source : OEB

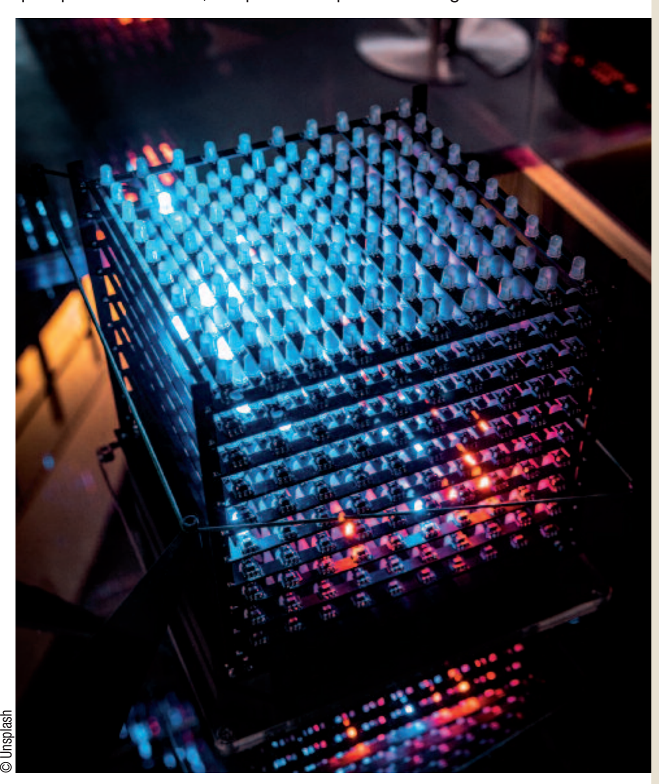
© Unsplash

L'innovation paradigmatique, c'est pas automatique

Pas tout à fait en fait. Si pour Valérie Mérindol, « innover consiste à être flexible et ingénieux pour trouver de nouvelles solutions à une problématique », pour Emmanuel Bonnet, « innover, au lieu d'apporter une solution, peut parfois créer des problèmes sociétaux, environnementaux et autres. » Pour le professeur en innovation et entrepreneuriat à l'ESC Clermont Business School, l'innovation est perçue, dans l'imaginaire collectif, comme quelque chose d'indéniablement bien. « Elle est standardisée, bourrée de clichés, appelant à des automatismes de pensée. » Un package désirable dont on oublie de scruter les implicites. Il s'explique : « cette accélération de l'innovation, plus visible en période de crise, est ce qu'on appelle communément l'innovation intensive et disruptive depuis la fin du 20e siècle. Elle génère un contexte hyper concurrentiel, parfois extrême, provoquant pression et interdépendance et rendant les acteurs plus vulnérables. » Crise ou pas crise, les entreprises participaient déjà à la course à l'innovation. Plutôt pour vivre face aux autres que pour survivre en situation sanitaire et économique tendue. « L'innovation est constante. A la fois pour les petites entreprises qui souhaitent entrer et, surtout, rester dans la course, et pour les entreprises établies afin de conserver leur compétitivité », rappelle Cédric Diridollou. Au risque de disparaitre comme Kodak, éclipsé par la photographie numérique. « La pandémie a également révélé les organisations et les systèmes qui ne savent pas se transformer en période de crise et qui sont, par conséquent, incapables de se transformer après. »

Environnement et inclusion : tendances virales

Ce qui est sûr, c'est que la crise économique a renforcé l'importance de l'innovation dans certains domaines. Parmi ceux-ci : l'environnement, mais également la parité et l'inclusion sociale. Les dirigeants considèrent ces sujets comme des passages obligés pour rester compétitifs dans un avenir post-crise. Un constat partagé par Valérie Mérindol. « Au-delà des contraintes du marché, certaines entreprises innovent pour s'adapter à la demande sociétale. D'autant plus depuis la crise sanitaire qui a accéléré des tendances déjà à l'œuvre, comme le souci d'un monde plus durable et équitable. » Si la période reste marquée par les difficultés, elle peut aussi permettre de grandes avancées.



© Unsplash

S'inspirer du passé pour imaginer le futur, le nouveau remède miracle ?

Autre grande tendance qui se détache depuis la crise, et au-delà, un retour vers le futur : quand innover consiste à revenir au passé. La prise en compte du développement durable passe par exemple par un retour aux sources. Comme les ressources, l'innovation a effectivement ses limites. Une solution : croiser la technologie et l'artisanat. Cette philosophie est au cœur du travail de Marc Teyssier, chercheur principal au De Vinci Innovation Center (DVIC), laboratoire d'innovations, du Pôle Léonard De Vinci. « Dans ma démarche de recherche, je m'intéresse aux low-tech. Ces innovations technologiques ont une optique d'utilité et de durabilité, en minimisant dans leur conception l'énergie et les ressources requises à leur fonctionnement. Par le prisme de la technologie, je repense de la sorte le savoir-faire traditionnel », explique-t-il. Par exemple ? « Je repense des outils aussi basiques qu'une hache pour que son utilisation nécessite aujourd'hui moins d'efforts humains grâce à un mécanisme numérique. Evidemment, nous ne reviendrons pas à l'âge de pierre ! En revanche, il est nécessaire de revenir à des outils essentiels, certes améliorés, issus de ressources locales, réparables, pour promouvoir dans le futur, qui commence aujourd'hui, l'autonomie des individus et des territoires. » Le mot « innovation » veut étymologiquement dire, d'après sa racine latine, « renouvellement ». Coïncidence ? Visiblement pas !

Philippe Giuliani aiguillez-nous !

Responsable du développement de la faculté et enseignant-chercheur en innovation managériale de Montpellier Business School, Philippe Giuliani nous rappelle ce qu'est l'innovation. Mot à la mode dont on oublie parfois le mode d'emploi ! Interview.

Innovation incrémentale : une définition ?

L'innovation incrémentale consiste à améliorer quelque chose qui existe déjà : sa performance, sa facilité d'utilisation, son apparence… Comme l'ont fait Apple avec l'IPhone ou Dyson avec l'aspirateur, des produits qui se démarquent sur le marché en opposition aux produits traditionnels. Les innovations incrémentales représentent 90 % des innovations. On les divise souvent en plusieurs niveaux. Les phares à LED, qui ont remplacé les phares à iode, sont une innovation incrémentale d'amélioration continue, tandis que les voitures électriques sont considérées comme une innovation de rupture. Autrement dit, à mi-chemin entre l'innovation incrémentale et l'innovation radicale.

Et l'innovation radicale ?

A contrario, l'innovation radicale est totalement inédite et nouvelle au regard de ce qui existait déjà. Exemples : la télévision, le téléphone, l'électricité… Les innovations radicales ont ceci de particulier qu'elles multiplient les innovations en cascade à leur suite et elles détruisent irrémédiablement tout un pan d'activité. Comme l'électricité a fait disparaitre les illuminations au gaz. Le potentiel de l'innovation radicale est souvent insoupçonné, inattendu et imprévisible. Elle apparaît souvent au moment où nous nous y attendons le moins, porteuse de formidables changements. L'arrivée d'Internet a redistribué les cartes en si peu de temps !

En quoi est-ce différent de l'invention ?

La ligne de démarcation entre innovation et invention est mince. L'innovation marque une rupture avec le produit préexistant et trouve essentiellement un débouché commercial. En ce sens, l'invention peut être une innovation si, et seulement si, elle est commercialisée. Prenons l'histoire d'Alexander Graham Bell. Il est connu pour avoir inventé le téléphone. Mais saviez-vous que s'il n'avait pas créé sa propre compagnie téléphonique pour exploiter commercialement son invention, celle-ci ne serait jamais devenue une innovation majeure de l'Histoire ?

Qui sont les innovateurs ?

Des gens qui travaillent assidûment et surtout, qui savent penser « en dehors de la boîte » et voir plus loin. Semblables à Thomas Edison, qui a su trouver le bon filon !



© Unsplash

Tous entrepreneurs

Mark Zuckerberg, Elon Musk, Steve Jobs, Frédéric Mazzella, Julia Bijaoui, Pauline Laigneau… Ces self-made men et women qui ont osé réaliser leurs idées pour démarrer leurs entreprises nous font rêver. Et si nous étions comme eux : des entrepreneurs en puissance ? Grandes écoles et entreprises en sont convaincues. Nous aussi. Par Léa Benhadouche

Les entrepreneurs sont finalement des personnes ordinaires qui, grâce à leur engagement et leur vision novatrice, sont capables de créer de la valeur et un progrès majeur dans un périmètre plus ou moins étendu. Aussi, nous pouvons tous avoir un coup de génie ! Mais de la transformation de l'idée à l'innovation, le passage à l'action reste un gap à franchir. Comment s'affranchir des peurs et des codes pour oser innover ? Premier élément de réponse : se former.

Réveillez l'entrepreneur qui sommeille en vous !

C'est le message que les établissements du Supérieur diffusent auprès de leurs étudiants depuis déjà quelques années. Et pour cause, l'entrepreneuriat est devenu une skill indispensable pour poser les jalons de notre futur. Les jeunes générations sont ainsi formées à faire preuve de discernement et d'autonomie, à s'informer sur l'actualité des marchés stratégiques, à développer leur esprit d'initiative, à porter un regard différent sur le monde. « Plus on essaie d'entrer dans le moule, plus on ressemble à une tarte ! » : Thierry Bossee-Pilon, professeur en stratégie et innovation à Rennes School of Business, partage régulièrement cette phrase à ses étudiants-entrepreneurs pour les encourager à ne pas avoir peur de se lancer dans leurs idées. L'expert co-dirige le MSc Innovation & Entrepreneurship, conjointement mené avec l'INSA de Rennes. « Cette formation les transforme d'étudiants à innovateurs. Ils commencent par monter une pièce de théâtre pour faire sauter les verrous et ouvrir leurs chakras, et pour aboutir à un projet d'innovation évalué par un jury de professionnels. »

Objectif soft skills

Si ce programme a été créé entre l'école de commerce et l'école d'ingénieurs, c'est pour mieux préparer les élèves, quelle que soit leur filière d'études, aux exigences sociétales qui sollicitent des compétences complémentaires. Techniques mais aussi humaines. « Esprit d'initiative, créativité, ténacité, autonomie », cite Thierry Bossee-Pilon. Même ambition du côté de l'EBI. Quand Laurence Taupin est arrivée il y a 16 ans dans cette école d'ingénieurs spécialisée en biologie industrielle, la référente entrepreneuriat et professeur de marketing a été chargée d'initier les futurs ingénieurs à l'innovation. « Ils avaient déjà le bagage technique mais il leur manquait l'esprit d'innovation. C'est ce qui leur permet de ne pas seulement être dans l'exécution, mais aussi dans l'action. » C'est à travers le Grand Oral Marketing et Création d'Entreprise, créé en 2005, qu'elle réussit à insuffler cet état d'esprit. Au cours de ce challenge, tous les élèves-ingénieurs, quels que soient leurs desiderata futurs, présentent des stratégies marketing sur des produits innovants devant un jury de professionnels. L'évènement se déroule au siège social du MEDEF à Paris depuis 2015. « Les challenger, c'est les préparer à la vie de l'entreprise qui évolue en permanence et demande de nouvelles techniques et de nouvelles solutions que l'ingénieur-innovateur est en mesure d'apporter », affirme Laurence Taupin.

Apprendre à entreprendre

Parce que l'entrepreneuriat est un véhicule puissant, il nécessite toutefois une conduite habile. L'agilité entrepreneuriale : c'est ce que la Web School Factory apprend à ses étudiants. « Nous formons des leaders du numérique, qui ont une traduction opérationnelle de leurs compétences, qui savent lire les marchés dans lesquels ils vont évoluer, qui apportent une vision et des solutions à de vraies problématiques. Fatalement, ils développent cet esprit d'entrepreneur. A la fois thinkers et doers, ils sont capables de regarder des sujets sous un angle différent, de s'affranchir des automatismes et de se poser les bonnes questions pour innover, quel que soit leur terrain de jeu », applique François Pumir, Directeur des Projets et du Programme CFEE.

D'entrepreneur à intrapreneur

Jeune diplômé, vous décidez de ne pas monter votre boîte mais d'en rejoindre une : ne laissez pas mourir votre esprit d'entrepreneur si durement acquis lors de vos études ! Passez d'entrepreneur à intrapreneur. L'intrapreneur, c'est l'entrepreneur dans l'entreprise. Un pied dans l'entreprise, un pied dans l'entrepreneuriat, seul ou en équipe, ce rêveur qui passe à l'action cherche à innover à l'intérieur d'une organisation établie avec les moyens, ressources et compétences internes mis à disposition par celle-ci. Plus qu'un poste, c'est une posture. Proactif, créatif, visionnaire, l'intrapreneur met ainsi en œuvre les rouages de l'entrepreneuriat en étant salarié.

Intrapreneur,
raconte-moi ton histoire

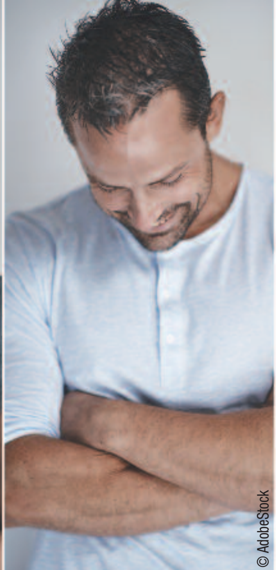
C'est Steve Jobs qui popularise le terme d'intrapreneuriat en 1985. Le PDG d'Apple, qui a fondé sa compagnie au fond d'un garage, le définit dans les pages du magazine Newsweek comme « un groupe de personnes qui décident de retourner dans un garage, mais au sein d'une grande entreprise. » Mais le terme apparait pour la première fois dans l'article Intra-corporate Entrepreneurship, publié en 1978 par les entrepreneurs américains Gifford et Elizabeth Pinchot. Un extrait : « Faire une place aux entrepreneurs au sein de l'entreprise est la prochaine étape pour résoudre les problèmes des organisations à grande échelle. » Quarante ans plus tard, cette phrase n'a jamais sonné aussi vraie.

Collaborateurs, tous entrepreneurs

Créer un nouveau produit ou service qui aura un impact positif sur la société, trouver des solutions innovantes à des problématiques sur lesquelles la direction bloquait depuis longtemps, apporter une vision neuve sur les processus d'organisation pour faciliter le travail, gagner en rapidité et en efficacité… Autant d'innovations rendues possibles grâce aux intrapreneurs révélés. Car, habitués à des entreprises formelles et traditionnelles, ils ont besoin d'être stimulés pour pouvoir se manifester et se libérer des carcans, de la dictature de la rationalité et de la pensée analytique qui freinent l'innovation. Qui sait ? Peut-être serons-nous agréablement surpris par les idées de notre collègue !







© AdobeStock

Pourquoi l'esprit entrepreneurial est-il si vital pour les entreprises ?

Grâce à l'intrapreneuriat, et par extension l'entrepreneuriat, les entreprises peuvent développer de nouveaux produits, services, technologies, techniques administratives, stratégies et postures compétitives. Elles renouvèlent leur offre, cultivent des projets novateurs, capitalisent sur les compétences internes, retiennent les talents productifs et motivés et finalement, se démarquent sur des marchés ultra-compétitifs. « Les intrapreneurs apportent le « pas de côté » qui fait toute la différence » selon François Pumir. Ils sont aussi moteurs du changement pour faire de l'entreprise un vecteur à impact social positif. Car aujourd'hui, tout l'intérêt est de faire converger les finalités du projet d'entreprise avec les enjeux sociétaux. « Nous avons tout intérêt à faire émerger des citoyens-entrepreneurs pour créer les outils et les modèles des futures entreprises à mission », estime Thierry Bossee-Pilon.

Managers,
comment révéler le potentiel d'innovation de vos équipes ?

#1 Créez un environnement de travail stimulant et encouragez la création d'idées.

#2 Invitez chacun à contribuer à l'innovation (avec la fameuse boite à idées par exemple !)

#3 Autorisez les collaborateurs à regarder un sujet autrement, à quitter leur zone de confort pour s'ouvrir à de nouvelles possibilités et adopter de nouvelles postures, de nouvelles méthodologies.

#4 Valorisez l'esprit d'initiative et le droit à l'erreur, en expliquant que le pire n'est pas d'échouer mais de ne pas avoir essayé.

#5 Mettez à disposition des innovateurs les ressources mobilières, matérielles et humaines internes, nécessaires aux projets.

Les innovations de demain

sont déjà ici !

© AdobeStock

EDHEC Entrepreneurs, Télécom Paris Entrepreneurs, incubateur Paris-Dauphine PSL, Centrale-Audencia-Ensa, emlyon business school… Les plus grands incubateurs de l'enseignement supérieur français accompagnent les startups qui changeront notre quotidien demain. Attention pépites !

Par Marine Delcros

A l'image de l'augmentation du nombre de startups en France ces dix dernières années, les incubateurs ont également pris une place importante dans le paysage de l'innovation pour répondre à une demande, elle aussi en croissance. En 2018, Les Pépites Tech recensent dans une étude 270 incubateurs en France, contre 240 l'année précédente, soit une augmentation de 12,5 % en un an. Pas étonnant donc que la France se classe parmi les pays d'Europe qui possèdent le plus grand nombre d'incubateurs. Parmi eux, les incubateurs des écoles de commerce, d'ingénieurs et universités sont nombreux à proposer leurs services avec un panel d'outils, dispositifs, formations et hébergement pour accompagner les porteurs de projets dans la création et le développement de leur startup.

Comment rejoindre un incubateur d'école ?

Renseignez-vous sur les sessions de recrutement : en fonction des écoles, il peut y en avoir une ou plusieurs dans l'année. Le nombre de candidats retenus par promotion dépend aussi de la structure.

Réfléchissez à l'incubateur que vous souhaitez intégrer en fonction de la nature de votre projet. En effet, certains incubateurs sont spécialisés, quand d'autres sont plus généralistes. Renseignez-vous également sur l'accompagnement que propose chaque incubateur. Vérifiez aussi que vous êtes bien éligible.

Les incubateurs sont particulièrement sélectifs : préparez donc bien votre dossier de candidature et votre présentation. Le jury sera particulièrement sensible à l'équipe et au concept.



d'intégrer un incubateur

#1 Pour l'accompagnement : le système de coaching et de mentorat est indispensable pour établir sa stratégie, son business plan, sa marque ou encore lorsque l'on prépare une levée de fonds.

#2 Le réseau que l'on se constitue grâce aux experts, intervenants, autres entrepreneurs rencontrés ainsi que la visibilité qu'il offre.

#3 Structurer sa démarche entrepreneuriale.

#4 Avoir accès à des locaux à des prix avantageux.


© Peignée Verticale



clim8
des vêtements intelligents

Fondée en 2016 en région lyonnaise par Florian Miguet, Julien Guéritée et Pierre Mouette, la startup clim8 propose des vêtements intelligents et thermorégulants. Une technologie qui leur a permis de lever 4,25 millions d'euros de fonds et de remporter deux prestigieux prix de l'innovation : au CES Las Vegas et à l'ISPO Munich. Après être passée par l'incubateur de l'emlyon business school jusqu'à fin 2020, l'entreprise a aujourd'hui ses propres locaux. Florian Miguet, le CEO et Florian Nicoud, chargé du marketing et des opérations nous en disent plus.

Pitchez-nous clim8.

FN. clim8 est une startup lyonnaise qui propose des technologies thermiques autorégulantes rendant les vêtements intelligents et connectés. Nous vendons les produits à nos marques partenaires telles qu'Ixon, North Face, ODLO et ce dans 25 pays. Nous avons également un centre de recherche au sein duquel nous testons et prototypons nos produits.

En quoi votre startup est-elle innovante ?

FN. Pour sa technologie. Il existe déjà des systèmes chauffants qui fonctionnent grâce à un bouton. Nous sortons de ce modèle pour apporter de l'intelligence avec un capteur qui adapte la chauffe en fonction de l'activité de l'utilisateur. Une application mobile permet de paramétrer le vêtement en fonction de son utilisation.

Quelle est votre définition de la startup Generation ?

FM. Avoir un vivier de primo entrepreneurs(ses), sortis d'école ou ayant une expérience solide avec une envie de percer les plafonds, d'être son propre patron, de faire grandir une équipe. Depuis une dizaine d'années, l'écosystème s'améliore considérablement. Nous avons en France un cadre institutionnel, un écosystème financier solide (BPI) et une marque (French Tech) assez uniques malgré des lourdeurs administratives. Le bilan est positif quand on compare avec d'autres pays. Je pense qu'il y a encore pas mal à faire pour aider les startups lors des levées de fond, des périodes critiques qui peuvent fragiliser les projets et les équipes.

Site : www.myclim8.com/fr
LinkedIn : clim8

epistc des sondages 4.0

Collecter l'opinion des citoyens et des consommateurs via les réseaux sociaux ! C'est LA bonne idée de Jérémy Lefebvre (diplômé de l'Ecole des Ponts ParisTech) et d'Alexis Watine (diplômé de Polytechnique), cofondateurs d'Episto. Incubés à Télécom Paris Entrepreneurs puis à Station F, ils sont aujourd'hui dans une belle dynamique de croissance et figurent dans le classement Future 40 2020 de Station F. Rencontre avec Jérémy Lefebvre, cofondateur et CEO.

Pitchez-nous Episto.

Episto est une solution de collecte de données / d'opinion à destination de l'ensemble des professionnels du monde des études, au sein des instituts d'études des grandes marques et enseignes ou encore des cabinets de conseil. Nous les aidons à interroger les consommateurs et professionnels qui les intéressent. Pour les trouver, nous passons par les réseaux sociaux et nous les interrogeons par questionnaires conversationnels, très engageants et personnalisés.

En quoi est-ce innovant ?

Les sondages sont nés dans les années 1960 avec des acteurs historiques comme Ipsos, Ifop et des enquêteurs dans la rue. 20 ans plus tard, le téléphone a permis le développement des call centers. En 2000, c'est sur internet que se sont développés les sondages. Ces modes de collecte existent encore mais, aujourd'hui, passer par les réseaux sociaux est la nouvelle manière d'interroger les gens.

Quel est l'intérêt ?

Cela nous permet de toucher une très grande partie de la population et de cibler les gens qui nous intéressent, les populations dites « rares » notamment (population des petites villes, consommateurs d'un produit de niche, etc) avec de la publicité. Les réseaux sociaux nous permettent aussi d'interroger des gens qui ont peu l'habitude de participer aux sondages et qui ont donc des opinions très fraiches et authentiques. Ensuite, les réseaux sociaux sont mondialisés et complétement digitaux : nous pouvons faire des enquêtes aussi bien en France qu'à l'international et nous allons très vite dans l'exécution des enquêtes.

Pour vous, la Startup Generation : mythe ou réalité ?

Aujourd'hui il y a une certaine mode des startups. Pour les diplômés des grandes écoles, travailler dans une startup ou la monter est une option assez répandue alors qu'entre 2007 et 2011, quand je faisais moi-même mes études, c'était ultra minoritaire. Le modèle de la startup est démystifié, on entend beaucoup parler de startups à succès. Je ne sais pas s'il existe une génération startup, car de plus en plus de gens envisagent de rejoindre une startup que ce soit à 20 ou 40 ans. Le mouvement inclut toutes les tranches d'âge.

jeremy.lefebvre@episto.fr

Urbanloop révolutionne la mobilité

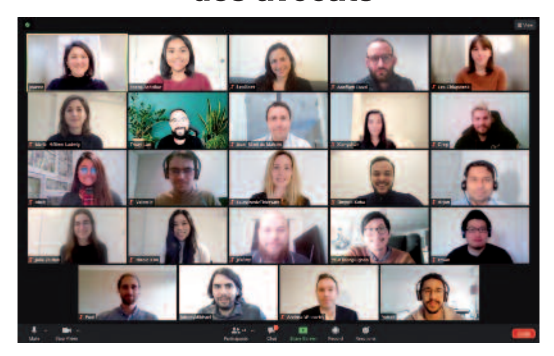
Urbanloop sera-t-il le transport de demain ? En phase d'industrialisation, il a en tout cas été retenu pour les Jeux Olympiques 2024 à Paris dans le cadre de l'appel à innovations mobilités. Ce système de transport en commun urbain entièrement automatisé a été initié en 2017 par les écoles d'ingénieurs de Lorraine INP dont les Mines de Nancy. Il est basé sur un réseau de rails formé de boucles interconnectées sur lequel circulent des capsules individuelles. Son objectif ? Décongestionner la circulation des zones urbaines de 5 000 à 200 000 habitants, en déviant sur ses voies une partie du trafic routier.



© NicolasDohr.com

d'innovation à découvrir !

Jus Mundi
la technologie au service des avocats



Alors qu'il était avocat en droit international, Jean-Rémi de Maistre s'est rendu compte qu'il était très difficile de trouver des informations juridiques hors de son pays. De là est née Jus Mundi, en 2018. Après un an à l'incubateur de l'Université Paris-Dauphine, la société compte aujourd'hui 30 salariés et deux levées de fonds à son actif. Rencontre avec le fondateur.

Que proposez-vous ?
Un outil qui permet aux avocats d'accéder aux ressources juridiques internationales dont ils ont besoin comme des textes de loi, des traités entre Etats, des décisions de justice ou des informations sur des avocats pour solliciter un expert dans différents pays par exemple.

En quoi est-ce innovant ?
L'idée d'abord, de se positionner à l'international et de collecter des informations dans différents pays. Il n'existe qu'une ou deux solutions de ce type et elles sont américaines. La partie tech et intelligence artificielle ensuite. Nous utilisons la technologie NLP (Natural Language Processing) qui permet aux machines de comprendre le langage humain. Grâce à cela, la machine extrait les informations qui ont de la valeur, et les rend compréhensibles.

La prochaine étape ?
Aujourd'hui, nous couvrons trois domaines : l'arbitrage international, la protection des investissements internationaux et le commerce international avec le droit de l'OMC. Notre objectif est de s'étendre à tous les autres domaines du droit utiles aux avocats (droit de l'environnement, fiscalité internationale…). Pour cela nous avons besoin d'une plus grosse équipe technique pour pousser l'intelligence artificielle plus loin.

Startup Generation, mythe ou réalité ?
Evidemment, il y a quelque chose qui se passe et qui s'est passé. Parmi les six cofondateurs de Jus Mundi, aucun n'a fait d'école de commerce. Nous avions notre projet mais nous ne savions pas quelle forme il allait prendre. Nous avons alors trouvé un écosystème très utile pour nous structurer. Il y a une vraie effervescence, avec un vrai état d'esprit et des gens qui s'aident beaucoup. Nous faisons totalement partie de cette génération qui veut créer des choses nouvelles.

contact@jusmundi.com

Barry's VR
s'attaque au V-commerce

Gary Guibert et Baptiste Chamorel ont créé Barry's VR, spécialiste des technologies immersives en 2017, alors qu'ils étaient encore étudiants. Diplômés en 2020, ils suivent aujourd'hui le programme EDHEC Entrepreneurs et sont incubés à Station F. Rencontre avec Gary.

Pitchez-nous votre startup.
Nous sommes spécialisés dans les technologies immersives dédiées à la présentation à distance et à la démonstration produit pour les entreprises. Actuellement, nous nous positionnons sur trois services principaux : la visite virtuelle qui permet de présenter tout type de lieux (musées, galeries, ateliers, hôtels, etc), le showroom virtuel qui permet de mettre en situation des produits afin de les mettre en valeur ou d'expliquer leur fonctionnement. Le story telling immersif enfin qui permet de mettre en avant un savoir-faire, les compétences d'une entreprise ou d'expliquer une activité. Nos outils sont diffusables en casque VR mais aussi en format web, ce qui permet de le rendre davantage accessibles et offre à nos clients diverses possibilités de diffusion.

En quoi vos solutions sont-elles innovantes ?
D'abord parce que nous sommes très peu d'entreprises à travailler sur ce type d'outils. Avec l'hyperdigitalisation actuelle, notre objectif est d'améliorer l'expérience client en créant notamment de l'engagement dans les outils digitaux et les processus d'achat.

La suite ?
Nous préparons une levée de fonds pour l'année à venir afin de faire évoluer notre activité vers un business model SAAS à travers la création d'une plateforme de génération de data. Le commerce est en pleine évolution et nous souhaitons être un des acteurs du V-commerce, qui va révolutionner les processus commerciaux et changer complètement nos habitudes de consommation. Selon une étude du Nasdaq, 95 % des achats dans le monde seront effectués en ligne d'ici 2040.

Avez-vous l'impression de faire partie d'une Startup Generation ?
Oui, dans la manière différente de travailler par rapport aux entreprises traditionnelles. Le retour d'expérience de nos stagiaires et alternants montre que l'on s'épanouit de manière différente dans un startup en acquérant de la polyvalence, la capacité de s'adapter, l'efficacité, la performance. Pour moi, la Startup Nation renvoie à l'idée de faire avec peu de ressources et d'avancer le plus vite possible.





TRABET
des ambitions au kilomètre !

Bienvenus dans une PME de travaux publics pas comme les autres. Ici, on distille la bienveillance, la proximité et on mène des plans de formation tous azimuts ! « Laissez-vous surprendre par un secteur qui a fait sa transformation technique et managériale » assure Thierry Klotz (INSA Strasbourg 90), Directeur Général de TRABET. Par Fanny Bijaoui

La singularité de TRABET ?
C'est une PME qui a connu une renaissance en 2015 avec de nouveaux propriétaires. Elle a su rebondir malgré les conjonctures économiques fluctuantes. Notre atout ? Travailler à part égale pour des clients privés et publics que nous choisissons. J'ai rejoint l'entreprise il y a cinq ans pour l'autonomie qu'elle m'apporte et le champ de décisions beaucoup plus large que dans une grande structure où tout est davantage hiérarchisé. Nous sommes plus de 30 cadres, dont 5 ont un rôle transversal, à gérer l'entreprise (technique, exploitation chantiers, RH finance, commerce et études) et nous avons peu de services supports. Chacun a plusieurs casquettes. Il y a la fonction officielle d'un côté et, de l'autre, le rôle qui englobe les compétences et les qualités.

Votre credo, c'est l'humain ?
J'ai longtemps travaillé dans une grande entreprise. Aujourd'hui, j'aime cette PME à taille humaine où l'encadrement est très proche de nos 180 collaborateurs. Nous connaissons tous les ouvriers, leurs noms, leurs prénoms, leurs parcours, nous participons à l'embauche, nous allons tous très fréquemment sur nos chantiers... C'est primordial de connaître les personnes, leur potentiel, de savoir dans quels domaines elles sont plus adaptées ou comment elles veulent évoluer, pour leur proposer un parcours sur-mesure via des formations continues qualifiantes. Je m'intéresse aussi à leur vie personnelle, leurs humeurs. L'épanouissement est un levier puissant de fidélisation. Nous avons très peu de turn-over.

Les jeunes et les travaux publics, ça matche ?
Chez nous, le diplôme n'est pas un prérequis. Quand ils arrivent, nous les confions à des tuteurs volontaires qui ont entre 26 et 48 ans. Nous sommes très intuitifs. On sent qu'un jeune est fait pour être dans un bureau, sur un chantier ou gérer des femmes et des hommes. Nous leur créons un parcours, mais surtout un contrat moral pour leur dire : on va te donner les moyens, te former et, là où tu seras à l'aise, tu auras une place. Il faut juste avoir le goût de l'effort, le sens de l'intérêt général. TRABET vous promet des ambitions !

Les métiers qui recrutent le plus chez TRABET ?
Nous sommes toujours en recherche de talents. Le point d'entrée pour un jeune bac+5, c'est chef de chantier. Au bout d'un an environ, il peut évoluer comme conducteur de travaux avec des responsabilités économiques, managériales et commerciales. Mais il y aussi les métiers qui gravitent autour du chantier : responsable matériel, géomètre topographe, comptable, RH et bien sûr, chargé de sécurité (à temps plein sur le terrain). Nous menons 60 % de travaux sur autoroutes et des chantiers à Montélimar, Lille, Saint-Etienne et Bordeaux. Avis aux adeptes de la mobilité : vous allez voir du pays !

Quid des femmes dans le secteur des TP ?
Il y a seulement 11 % de personnels féminins dans les TP, mais le secteur a su se transformer, notamment au niveau des chantiers qui sont, d'un point de vue sanitaire et hygiénique, irréprochables. Tous ont des toilettes séparées hommes et femmes, des douches et un coin cuisine digne de ce nom. Ce n'était pas le cas, il y a encore 20 ans. Il est impératif de permettre aux femmes d'accéder à des métiers techniques, mais il faut pour cela qu'il y en ait dans les écoles. C'est le sens de mon engagement au sein de la Fédération nationale des travaux publics (FNTP). Chez TRABET, il y a une femme conductrice de camion, deux comptables, une chargée d'études, une responsable RH, une responsable achat, une chargée de sécurité et une chef de chantier de 25 ans. Cette dernière a eu son BTS en alternance chez nous et a fait cinq ans d'Armée avant son arrivée chez nous. Elle est donc habituée à évoluer dans un univers masculin. Elle est pleinement à sa place chez nous.

T.KLOTZ@TRABET.FR

Qualiconsult

La diversité crée des opportunités !



« Rejoignez une entreprise familiale qui a fait du contrôle technique un terrain de jeu international », assure Emmanuel Audouy, (ESTP Paris 94), Président de Qualiconsult International. Laissez tomber vos a priori et entrez par la grande porte chez le spécialiste du contrôle, de l'inspection et de l'assistance.

Par Fanny Bijaoui

L'atout majeur du Groupe Qualiconsult ?

Nous sommes tierce partie indépendante. Nous accompagnons nos clients pour apporter à leurs projets et à leur patrimoine, sécurité, durabilité, performance et confort. Le contrôle technique est le cœur de notre métier. Mon père a créé la société il y a 40 ans et depuis, l'actionnariat est toujours détenu à 80 % par la famille. J'avais 11 ans quand il a écrit les statuts de l'entreprise un dimanche matin sur le coin de la table de la cuisine. On peut dire que cette société m'a accompagné toute ma vie !

L'international, une stratégie gagnante ?

Notre première implantation date de 1987 en Espagne. Depuis, nous sommes présents au Maroc, au Liban, aux Émirats Arabes Unis et, depuis trois ans, au Bénin où nous travaillons sur le nouveau CHU d'Abomey-Calavi. Notre dernière implantation est en Arabie Saoudite.

Votre politique RSE, un levier d'innovations ?

Notre politique RSE a été conçue de manière collaborative et le volet Innovations y a une place importante. Nous avons par exemple lancé un « Réacteur Offres Innovantes » pour recueillir les idées de nos collaborateurs. Chaque porteur de projet est accompagné jusqu'au lancement son offre. Nous stimulons ainsi notre créativité collective et nous différencions auprès de nos clients.

Quelles sont les opportunités métiers chez Qualiconsult ?

Nous sommes en croissance et recrutons 200 personnes chaque année pour nous accompagner. Ce sont à 50 % des ingénieurs et à 50 % des Bac+2/3, couvrant les diverses spécialités que nos métiers requièrent (bâtiment, génie civil, installations techniques, HSE...). Les métiers de contrôle, d'inspection, d'assistance technique nécessitent à la fois un travail d'examen de dossiers, une présence sur sites auprès de nos clients, la rencontre d'entreprises, d'architectes... Ils permettent d'aborder une vaste gamme de sujets techniques et d'échanger avec de multiples interlocuteurs donnant ainsi une très grande diversité d'actions. Pour performer chez nous, il faut être curieux, impliqué, touche-à-tout et autonome. Notre métier est multiple, nous avons besoin de tous les talents qui veulent s'investir.

Votre définition d'un manager innovant et inclusif ?

Un bon manager sait écouter et déceler ce qui va ou ne va pas. Mais ce n'est pas inné. Nous avons ainsi créé la Management Academie qui propose un cursus de formation de six mois, basé sur l'ouverture, la stratégie, l'engagement et la responsabilité. Car on peut être un très bon ingénieur et avoir besoin d'un accompagnement en management, en droit du travail ou encore en gestion. Notre philosophie ? Être attentif à l'autre.

#ConstruireEnsemble

« Depuis deux ans, nous stimulons l'intelligence collective via notre projet « Construire ensemble ». Le but : libérer les énergies et permettre les initiatives. Le principe fondateur est que « ceux qui savent sont ceux qui font ». Les collaborateurs sont donc les plus à même de prendre les bonnes décisions, de définir les axes d'amélioration et de les mettre en œuvre. A l'entreprise et aux managers de leur permettre de le faire, ce qui est le cas notamment par le biais d'ateliers contributifs dans lesquels les collaborateurs, ensemble, définissent le Groupe Qualiconsult de demain.

EMMANUEL.AUDOUY@QUALICONSULT.FR

« L'enjeu de la pédagogie est aujourd'hui **de créer un désir affectif.** »

Par
Sylvie Gillibert*
et Jimmy
Mirande**
ISCOM





Plaisir et envie de se réaliser guident et inspirent les jeunes générations. Si l'entreprise s'adapte aux attentes des jeunes talents pour les attirer et les retenir, le monde de l'éducation n'y échappe pas. Apprendre n'est plus une finalité mais un moyen d'épanouissement. On ne peut plus enseigner comme avant ! Petite Poucette est passée par là.

Enseigner en 2021, un métier innovant

Exit le temps où il suffisait d'assoir sa légitimité de professeur sur son savoir et ses connaissances. Aujourd'hui elle se construit jour après jour, sur sa capacité à partager un regard critique et personnel sur des faits, sur l'actualité, sur le monde. Elle se bâtit sur l'aptitude à donner du sens, à mobiliser les énergies positives autour d'un projet. Elle sollicite un effort de chaque instant pour motiver l'échange et la réflexion, l'interaction et la co-création. L'enseignant est un metteur en scène, un chef d'orchestre qui doit engager son public et convaincre à chaque seconde que sa présence est indispensable pour donner le « La », pour imprimer un rythme et proposer un regard personnel engageant.

Le digital, comme levier d'innovation pédagogique

Dans ce contexte, les technologies digitales, c'est l'océan bleu. Elles offrent des bulles d'innovation pédagogique, au sein desquelles les unités de lieu et de temps, qui ont si longtemps jalonné et contraint les parcours pédagogiques, prennent des dimensions nouvelles, plastiques, fluides et agiles. Formats synchrones et asynchrones se combinent pour permettre de trouver le « momemtum », ce moment de réceptivité maximale, lorsque l'environnement, le contexte et la disponibilité de l'apprenant sont optimum.
Distanciel et visioconférences s'associent pour offrir des témoignages et des expertises sans limite de territoire. Ouvrir les frontières, mixer les cultures et les disciplines, est aujourd'hui un jeu d'enfant où la créativité et l'inventivité pédagogiques sont sans limite.

Enseigner reste un métier profondément humain

Les technologies digitales doivent cependant rester un outil et non une finalité. Pour développer les innombrables facettes de cette pédagogie innovante, il est indispensable de se rappeler à chaque instant que la pédagogie est, plus que jamais, l'art de transmettre, de motiver, de mettre en mouvement des individus vers la soif de connaissances et l'envie de comprendre. Elle ne fait de sens que si elle est viscéralement, inconditionnellement, centrée sur l'humain. Le distanciel a été imposé de facto par la pandémie. S'il a pu apparaître comme arbitraire de par son caractère obligatoire à 100 %, il a permis de démontrer, en parallèle, ses bénéfices. En effet, le distanciel lorsqu'il est pertinent et en complément d'un cursus en présentiel, constitue une réelle opportunité pour parfaire les formations prodiguées et préparer davantage nos étudiants à des réalités et qualités aujourd'hui indispensables dans le monde de l'entreprise : gestion de projet à distance, agilité, optimisation des outils numériques…
Notre école maintient donc 20 à 30 % de ses enseignements en distanciel depuis septembre sur les campus de Paris et de Bordeaux. Pour assurer la qualité des programmes pour tous, l'ISCOM a donc investi en équipements technologiques, et ce afin que les cours restent aussi collaboratifs qu'interactifs. De plus, compte tenu du rythme de notre 5è année en alternance, nous offrons à nos étudiants la possibilité de suivre les cours hebdomadaires de trois spécialisations en présentiel ou en distanciel. Une telle approche permet un maximum de mobilité et la possibilité de lever les barrières géographiques pour trouver un contrat d'alternance. Nous avons repensé la journée « type » pour qu'elle soit la plus dynamique possible en se basant sur une approche pédagogique de plus en plus hybride et tournée vers le « Learntainment ».

Au-delà de nos étudiants, nous accompagnons également nos intervenants, qui doivent sans cesse s'adapter à la mutation des métiers de la communication mais aussi aux générations qui se suivent mais ne se ressemblent pas. Nous avons par exemple des ateliers portant sur la posture à tenir ainsi que la meilleure approche pédagogique à adopter pour interpeler au mieux la génération « Z ».

(*Directrice Innovation et Développement
**Directeur des Programmes)

Par
Olivier Lamirault*
et Virginie Hachard**
EM Normandie




Metaverse & Intelligence Artificielle : l'expérience apprenante réenchantée ?


© Unsplash

Nous n'en sommes qu'au début. Cela fait pourtant une quarantaine d'années que le digital a pris pied dans notre quotidien. Ce que l'on devrait vivre au cours de la prochaine décennie sera un changement de plus grande ampleur. Puissances de calcul, fermes de données et certaines technologies apparentées au digital, comme le Metaverse et l'Intelligence Artificielle en seront les principaux vecteurs. Les modes d'apprentissage des générations à venir en seront chamboulés et réenchanteront l'expérience apprenante. Transportons-nous quelques années plus loin…

Metaverse et Intelligence Artificielle : ils sont mon double

Un univers virtuel (méta-univers) prolongeant le monde réel voilà ce qu'est le « Metaverse ». Ma vie se prolonge. Plongé dans un espace virtuel, j'y suis représenté par mon « jumeau numérique ». Il est mon double. Ainsi, chacun d'entre-nous évoluera, dans différentes réalités en ayant le sentiment d'évoluer dans un « réel enrichi ». Mon « jumeau numérique » sera moi. Je le contrôlerai dans le virtuel et je pourrai lui déléguer des actions à réaliser en mon nom. Mon jumeau numérique pourra rencontrer, discuter, travailler, apprendre avec d'autres qui pourront, eux aussi, être des jumeaux numériques ou encore des avatars, pures créations virtuelles. Les algorithmes d'Intelligence Artificielle rendront possibles mes actions dans le « réel enrichi ». Cette intelligence, qui n'en n'est pas une, éduquée par les Humains, pour combien de temps encore, collecte des données me concernant par millions, dessinant une représentation de moi.

C'est qui ton botProf ?

Le botProf est un avatar nourrit par les algorithmes d'Intelligence Artificielle, une forme de savant virtuel, spécialisé dans des tâches d'apprentissage, jouant également le rôle de confident. Ce précepteur numérique accompagne chaque apprenant pendant sa scolarité. En permanence à ses côtés, il l'aide à faire ses devoirs et lui explique les points de connaissances compliqués. Il recueille des confidences qui ne seraient pas dites ou observées dans d'autres contextes et aide ainsi à surmonter les incidents inéluctables de la vie d'un apprenant, à identifier des situations critiques comme par exemple, le harcèlement ou toute forme de violence. Il alerte ensuite les parties prenantes concernées leur permettant d'intervenir rapidement. Le botProf connaît tellement bien l'apprenant qu'il lui apporte toujours le support approprié dans ses apprentissages. Confiant, rasséréné quant à ses savoirs, savoir-être et savoir-faire acquis, l'apprenant progresse. Le botProf ne serait pas au mieux de son efficacité s'il n'était pas éduqué, nourri d'informations, par les enseignants et par les parties prenantes de l'école. Les médiations entre tous les acteurs de l'école resteront indispensables.

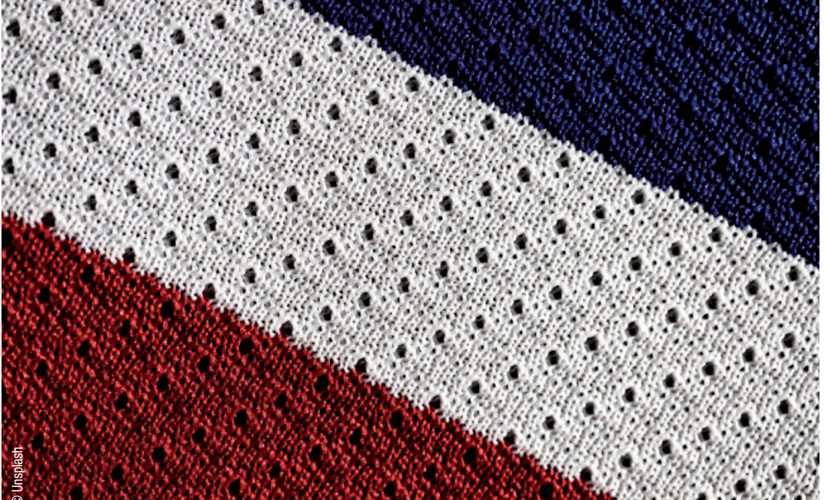
Mes lunettes ont ringardisé mon smartphone

« Mettez et allumez vos lunettes » demande le professeur. « Visionnez le film sur les mobilités douces. Il se trouve dans l'espace virtuel de ce cours. Regardez-le attentivement. C'est un film interactif qui nécessitera votre intervention… » Les apprenants, chaussés de leurs lunettes, forme de nouvelle orthèse, sont plongés dans un mode totalement immersif. La miniaturisation a permis de loger un ordinateur puissant dans une branche de lunettes légères et esthétiques. Au bout de quelques minutes, les informations apportées par les apprenants s'affichent sur les écrans de la salle. Le professeur place l'espace immersif en pause. Les apprenants reprennent position dans la classe physique et les discussions sur le sujet d'apprentissage s'engagent. On a même intégré dans les lunettes un capteur de dopamine afin de savoir si les apprentissages sont stimulants et opérants.

Heureux comme un apprenant augmenté

Les technologies du numérique s'imposent dans les environnements d'apprentissage. Elles les modifieront en profondeur, faisant de chacun de ses acteurs des individus augmentés. Si l'apprentissage augmenté sert les enseignants à réduire, voire éliminer l'échec scolaire, et si les technologies aident les parties prenantes à réduire les risques sociétaux encourus par les apprenants, alors l'expérience apprenante sera réenchantée. Soyons acteurs de ce réenchantement pour nous assurer de sa maîtrise, de sa mise en œuvre dans un cadre éthique solide et de nous assurer qu'il reste bien sous une « autorité » humaine.

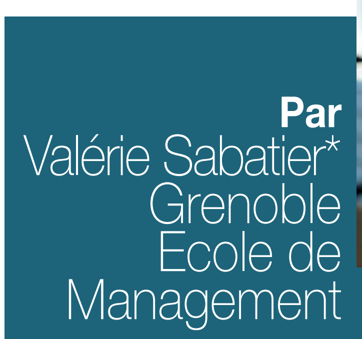
*Directeur de l'innovation et des technologies éducatives
**Doyenne déléguée de la faculté, campus du Havre


© Unsplash

L'innovation est aujourd'hui trop souvent synonyme de deep tech. A Grenoble, Silicon Valley à la française, tout y est question de microélectronique et technologies issues de grands laboratoires. Or le territoire Rhône-Alpin est aussi le berceau des soieries, des tanneries et autres entreprises du patrimoine vivant. Comment aider ces acteurs à trouver une autre façon de cocorico-innover ?

Peut-on cocorico-innover et faire rayonner le made in France sans avoir un portefeuille de brevets ?


© Pierre Jayet


Par
Valérie Sabatier*
Grenoble Ecole de Management

Une réussite insolente des startups technologiques : la bonne recette française ?

Les choix politiques et stratégiques ont façonné nos territoires et poussé à la spécialisation. Les pôles de compétitivité permettent d'orchestrer des compétences très complémentaires sur une zone géographique donnée. C'est étonnant dans une économie mondialisée, mais si pertinent en temps de crise où les frontières se redessinent dans les chaînes d'approvisionnement. Cela reprend aussi l'idée de structurer des filières entières pour rester compétitifs ensemble, à l'international. Regardons le cas grenoblois et la réussite insolente des startups issues de ces grands centres de recherche : Ulis, Kalray, MicroOled, Movea, Fluoptics, Apix Analytics, Avalun, Enerbee, Exagan, AMI/ISKN, Remedee Labs ou Morphosens. Toutes ces startups, sont plus de cinq ans après création, toujours là, avec de beaux développements voire des fusions-acquisitions intéressantes. De quoi ont-elles bénéficié ? Accompagnement sur mesure, programmes régionaux et nationaux, financements publics dédiés, investisseurs privés attirés par la dynamique territoriale.

Accompagner la cocorico-innovation non techno comme une licorne ?

A l'international, la France est bien connue pour ses entreprises et ses savoir-faire dans le luxe, la cosmétique et la culture. Mais les géants de ces secteurs cachent toutes les petites entreprises et startups qui innovent avec les compétences et les savoirs français. La recette qui marche pour les startups technologiques mériterait d'être déployée sur les entreprises qui innovent en utilisant les savoir-faire français et qui produisent une autre forme d'innovation : innovation d'usage, innovation de méthode ou innovation stratégique. Il s'agit d'apporter une dimension nouvelle à des industries ou des marchés : prendre une approche plus large de la définition de l'innovation. Au niveau régional et national, les organismes publics commencent à proposer des accompagnements spécifiques. C'est l'objet du programme French Touch de BPI , tant attendu par l'industrie de la mode et des cosmétiques. Enfin un outil de financement où le portefeuille de brevet n'est pas un pré-requis. Si cet excellent signe augure d'un changement, ce sont aussi les autres mesures qui restent à développer. La dynamique territoriale est en mouvement. Il est intéressant de voir que les pôles de compétitivité élargissent la notion de territoire à… l'ensemble du pays. Le cas de la Cosmetic Valley révèle bien cette nouvelle logique : sa localisation y est définie en premier lieu par « France métropolitaine et outre-mer », alors qu'à l'origine Chartres et sa région circonscrivaient les actions du pôle. La logique territoriale évolue du local vers le national afin de gagner en compétitivité à l'international.

« Mais le spectre de la licorne écrase sous ses sabots les startups qui ne sont ni deep tech, ni digitales »

Il reste un énorme écueil du côté des financements privés. Dans le panorama des fonds d'investissements , il n'y a aucun acteur spécialisé dans la cosmétique par exemple, encore moins dans la mode et les industries culturelles. De l'amorçage à la Série A, toutes ces petites entreprises qui cocorico-innovent sans être techno rencontrent de grandes difficultés. La création de fonds d'investissements capables de comprendre ce type d'innovation et d'envisager des indicateurs de performance à plus long terme devient cruciale. La réussite de l'innovation tient en partie à son écosystème. Les belles recettes françaises ont montré leur efficacité dans les secteurs technologiques. Ces mêmes mécanismes, en adoptant une définition plus large de l'innovation – et donc en reconsidérant les indicateurs de performance – pourront soutenir une cocorico-innovation basée sur les savoir-faire plutôt que sur de la recherche fondamentale ou appliquée.

*Professeur Senior de Stratégie, co-fondatrice de Benu Blanc

Pour maintenir cette compétitivité, les centres de recherche doivent être innovants dans leur mission en jouant le rôle d'acteurs d'alignement, « alignement » entre l'adoption de cette dynamique fortement digitale et la stratégie de recherche visant la production des connaissances, la diffusion et le partage des résultats de la recherche, tout en maintenant l'objectif final de renforcement de la visibilité et la compétitivité des centres de recherche et le soutien de la coopération nationale et internationale.

Une recherche ouverte et attractive à l'international

Le numérique est passé d'un outil d'accompagnement à un outil désormais intégré dans la production et l'analyse des données et l'élaboration de projets de recherche collaboratifs internationaux et interdisciplinaires. Le volume et la vitesse de partage des données et des résultats de recherche et de traitement des données impliquent la transformation inévitable de la stratégie de la recherche vers une plus grande ouverture disciplinaire et spatiale et afin qu'elle apporte une contribution forte et plus concrète dans la compréhension des défis globaux et communs (sociétaux, managériaux, environnementaux, etc.). Nous assistons d'ailleurs au développement de services de mise en relation des groupes de chercheurs interdisciplinaires et de différents pays dans le cadre des appels à propositions de projets de recherche européens (HEI Initiative) visant à offrir la possibilité de former des consortiums de recherche européens sur des sujets stratégiques et globaux pour l'Europe et qui suggèrent une meilleure compétitivité à l'échelle nationale (au niveau des centres de recherche) et européenne (au niveau des consortiums).

Dans ce paysage en transformation, les centres de recherche doivent soutenir la mise en commun de ressources humaines et matérielles provenant de secteurs diversifiés ainsi que par des échanges d'expériences dans le cadre de partenariats internationaux et constituer ainsi un écosystème d'innovation compétitif s'appuyant sur des collaborations entre expertises complémentaires.

La communauté de recherche digitale

Mais la véritable innovation réside dans la réflexion autour du développement d'un environnement virtuel favorisant le partage des idées, et au travail collaboratif interdisciplinaire visant la constitution d'une communauté de recherche digitale très dynamique, qui s'appuie sur les technologies digitales pour traverser les frontières nationales et développer des projets collaboratifs internationaux et multidisciplinaires. Ce qui suppose par ailleurs l'élargissement de l'espace en impliquant d'autres parties prenantes, non exclusivement universitaires (société civile, entreprises, institutions…) pour répondre à des enjeux globaux, pour une science intégrative et transformative.

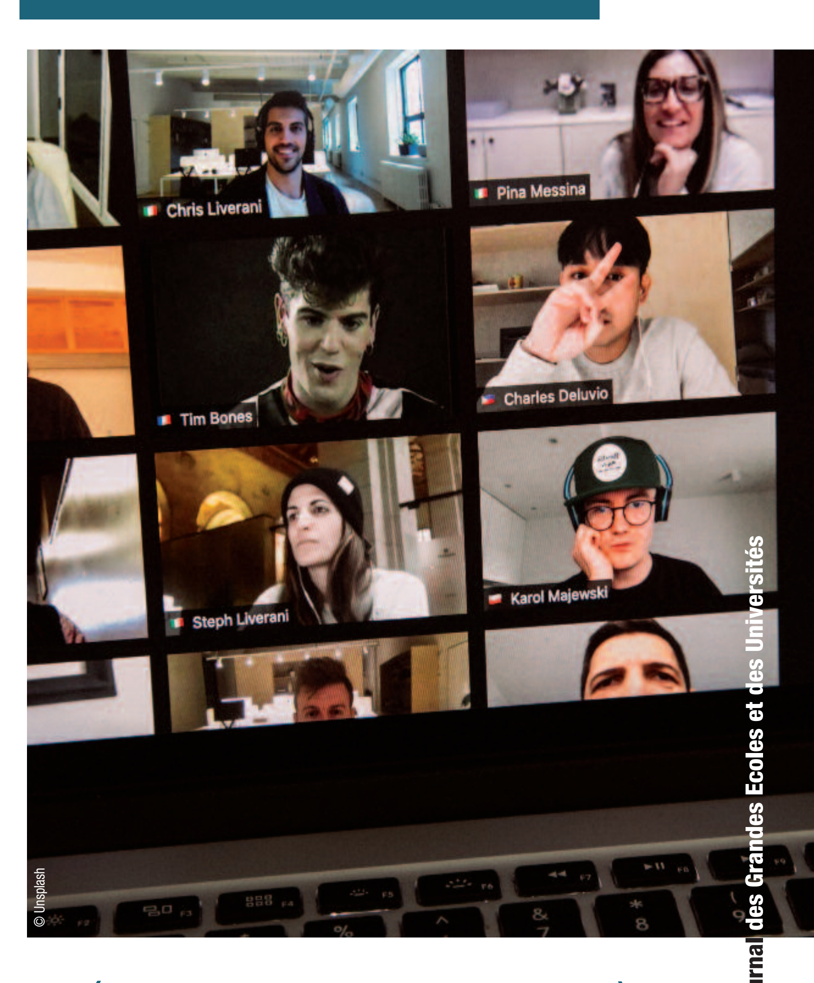
Un cadre formalisé de collaboration et de protection des chercheurs

La formation de communauté digitale de chercheurs doit s'accompagner par un processus d'apprentissage complémentaire des expertises disciplinaires et d'un soutien institutionnel et financier permettant le maintien de la compétitivité des équipes de recherche.

Au niveau international, l'extension des services proposés par ces innovations digitales doit garantir la protection des données sur les chercheurs impliqués dans les projets collaboratifs et limiter les discriminations.

La stratégie numérique lancée en 2013 par le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche et de l'Innovation, visant à renforcer l'attractivité de l'université et une plus grande ouverture sur le monde extérieur, tout en maintenant la compétitivité et la qualité de l'enseignement et la recherche s'est accélérée avec le contexte particulier lié à la Covid-19. Les plateformes digitales de mise en relation et de prestation de services digitaux, tels que l'esup s'inscrivent dans cette orientation. Les offres et les services digitaux contribuent à la compétitivité de la recherche.

Par
Sonia Ben Slimane*
ESCP Business School



© Unsplash

*Chercheuse en Innovation, ERIM (ESCP Research Institute of Management)



ETI, championnes des territoires et de votre début de carrière !

© AdobeStock

Créatrices d'emplois, innovantes, investisseuses et glocales : véritables championnes des territoires et du rayonnement de la performance française à l'international, les Entreprises de Taille Intermédiaire (ETI) sont en mode winner. Tout savoir sur ces entreprises qui ont tout pour plaire pour faire carrière. Enquête réalisée par Clarisse Watine

Des entreprises performantes et en pleine croissance ! Pour accompagner le développement et la transformation des ETI, Emmanuel Macron a d'ailleurs lancé la Stratégie de la Nation pour les ETI en janvier 2020. L'objectif de cette stratégie ambitieuse ? Faire grandir davantage de PME pour devenir des ETI, accroitre la taille moyenne des ETI et renforcer leurs liens avec les universités pour attirer plus de jeunes vers ces entreprises fondamentalement porteuses de sens. Porteuses de sens mais aussi d'opportunités, pour l'économie française et les jeunes diplômés.

Vous avez dit **ETI ?**

Mais une ETI quèsaco ? Tout est d'abord une question de taille ! L'ETI répond en effet à une catégorie d'entreprises intermédiaire entre la PME et le très grand groupe. Il s'agit d'une entreprise ayant entre 250 et 4 999 salariés, dont le chiffre d'affaires n'excède pas 1,5 milliard d'euros et dont le total de bilan n'excède pas 2 milliards d'euros. Exception à la règle : une entreprise de moins de 250 salariés mais présentant plus de 50 millions d'euros de CA et plus de 43 millions d'euros de total de bilan est aussi considérée comme une ETI.

Une définition à laquelle répondent près de 6 000 entreprises françaises. Des structures très protéiformes donc, allant de la « presque PME » au « presque grand groupe ». « Lorsqu'on parle d'ETI, on pense généralement à une entreprise plutôt familiale, plutôt régionale, dont le champ opérationnel est mondial, sans pour autant être une multinationale apatride. Une structure ni trop petite pour être localisée, ni trop grande pour être globalisée » précise Pierre-Yves Gomez, économiste et professeur à emlyon business school.

Petite PME deviendra grande

Une ETI, serait donc finalement rien de moins qu'une PME ou qu'une licorne (ces startups valorisées à plus d'un milliard $) qui a réussi ! « Lorsqu'une entreprise devient une ETI, elle ressent soudainement un besoin de structuration de ses fonctions. Que ce soit en termes de ressources humaines, de systèmes d'information, ou de dispositifs de formation des collaborateurs, l'ETI doit se doter des outils et structuration d'un grand groupe tout en conservant l'agilité, la souplesse et le dynamisme dont elle faisait preuve en tant que PME » indique Olivier de Lagarde, président du Collège de Paris. Un vrai travail d'équilibriste qui impose « de ne pas s'alourdir, se suréquiper ou surinvestir mais au contraire, de faire les choses de manière concrète et progressive, en s'appuyant d'abord sur des ressources internes et en allant très vite à l'expérimentation. D'avancer modestement, avec humilité mais aussi beaucoup d'ambitions par rapport à l'objectif que s'est fixé l'ETI » ajoute-t-il.

Résiste, prouve que tu existes

Une « agilité dans la stabilité » qui permet d'ailleurs à l'ETI d'être moins fragile qu'une PME en période de crise, comme celle que nous venons de traverser avec la pandémie. « L'ETI a les reins plus solides pour traverser les situations difficiles. Plus de ressources humaines et de ressources financières, mais aussi toute la réactivité d'une PME. Pendant la crise Covid par exemple, si elles n'ont pas forcément eu une grande croissance de CA, les ETI ont par exemple procédé à moins de licenciements que les PME. Un phénomène imputable, entre autres, à leur plus grande structuration et à la présence de responsables fonctionnels. Direction financière, direction commerciale, direction de la qualité, direction des achats & de la logistique, direction de la production, direction de la R&D... elles disposent de différents pôles et d'un CoDir où les décisions sont plus pluridisciplinaires » précise Elodie Pillon, enseignant-chercheur en management de l'innovation au Cesi.

#CoupDAvance

D'autant plus que les ETI, ont souvent été pionnières sur des sujets aujourd'hui dans l'air du temps ! Grâce à une prise de décisions plus locales et il y a ainsi une sorte de naturalité et d'évidence pour les ETI à faire de la RSE, étroitement liée à l'ancrage local. « Les ETI ont également un coup d'avance en matière de stratégie : elles savent faire beaucoup de choses que de grandes entreprises apprennent et sont forcées d'apprendre. Plus ancrées, plus nationales et donc plus souples, tout en étant internationales, les ETI constituent un réseau dont le potentiel est extrêmement puissant » insiste le professeur d'emlyon business school. Est-ce à dire que les ETI seraient la solution à l'obsolescence programmée des entreprises nationales hyper centralisées ?

ETI, des machines à compétitivité

Une résistance à la crise qui résonne comme une cause (ou un effet !) de l'importance de plus en plus croissante des ETI dans la compétitivité française. Les près de 6 000 ETI de l'Hexagone représentent en effet 30 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des entreprises françaises, 30 % des investissements de l'ensemble des entreprises françaises et 27 % de la valeur ajoutée de l'ensemble des entreprises françaises. Elles ont créé plus de 330 000 emplois entre 2009 et 2015, et rassemblent aujourd'hui 25 % des effectifs salariés (soit 3 millions de salariés). Côté secteurs, 36 % de ces salariés travaillent dans l'industrie manufacturière, 30 % dans les services marchands et 23 % dans le commerce. Conjuguant avec succès ancrage territorial et ambitions internationales, les ETI représentent 23 % de la dépense intérieure de R&D des entreprises implantées en France et réalisent 34 % de leur chiffre d'affaires à l'export.



© AdobeStock

De la crise à la reprise

Elles ont ainsi tous les atouts en main pour booster la reprise de l'économie française post-covid. « Ce sont des structures dynamiques, essentielles pour la reprise économique, qui ont de très fortes capacités de recrutement et d'investissements, en R&D notamment. Elles ont toutes les clés pour tirer leur épingle du jeu, à en croire l'exemple allemand. Lorsqu'on compare les performances économiques française et d'outre-Rhin avant la crise, un des principaux éléments de différenciation réside dans un tissu très dense d'ETI allemandes, alors même que la France n'accompagnait pas forcément très bien la dynamique de transformation des PME en ETI. Aujourd'hui, on distingue une volonté claire du Gouvernement de faire émerger plus d'ETI. BPI France joue d'ailleurs un rôle clé dans cette dynamique, comme investisseur, accompagnateur de société à l'export… » estime Olivier de Lagarde.

Les ETI à la niche ?!

Le marché de niche est en tout cas LE super pouvoir des ETI, qui font de la décentralisation et la proximité leurs maître-mots. « Alors que les PME cherchent à avoir un marché et à faire du volume sur celui-ci, les ETI optent plutôt pour une optique d'évolution vers des marchés de niche pour répondre de manière ultra précise à des problématiques spécifiques. De plus, contrairement aux grands groupes, les ETI ont plutôt tendance à développer des logiques entrepreneuriales en limitant le contrôle des ressources. Elles cherchent une croissance plus raisonnée, plus prudente et plus pérenne » estime Elodie Pillon.

Guerre des talents : les ETI sont dans le game

Les ETI ont donc des armes solides pour entrer dans la guerre des talents et continuer à se développer avec les meilleurs ! D'autant que leur organisation a tout pour plaire aux Millennials : au cœur des territoires (et pas seulement des grandes métropoles régionales, de plus en plus boudées depuis la crise Covid), ce sont des entreprises à taille humaine, souvent familiales, dotées de circuits de décisions courts, agiles et qui investissent dans le capital humain.

Elles cochent ainsi un bon nombre de cases sur la liste des attentes des jeunes diplômés aujourd'hui. Structures moins pyramidales et donc moins « encombrées » que les grands groupes, capacité à donner relativement vite des responsabilités, échelle et moyens significatifs… « L'ETI est sans doute le meilleur cadre pour atteindre rapidement un poste de direction ou dans un environnement de direction et ensuite, valoriser cette expérience et intégrer les instances dirigeantes dans un groupe de taille significative » indique Olivier de Lagarde.

Début de carrière : l'ETI c'est the place to be !

Pierre-Yves Gomez y voit aussi « un avantage en termes d'art de vivre, de manière de concevoir et de vivre ce que peut être le métier de manager, avec un taux d'engagement très fort. C'est aussi une belle école. Car je pense que lorsqu'on débute dans une très grande entreprise, on ne peut plus travailler ailleurs, à moins de créer sa startup ou sa propre entreprise. La possibilité de développer des carrières latérales, de switcher entre des entreprises de taille égale, voire un peu inférieure est un des grands atouts différenciants des ETI. Même si le grand groupe a aussi ses avantages. Les métiers y sont mieux cadrés donc plus encadrés, plus organisés et disposent de plus de supports. »

Des pratiques RH qui matchent

Pour Emmanuel Baudoin, directeur du Master 2 « Management digital des Ressources Humaines – Option gestion de crise et du HRM Digital Lab d'IMT-BS, l'ETI est aussi une mine d'opportunités pour des jeunes qui veulent évoluer. « Se faire identifier comme haut potentiel et se voir ouvrir des possibilités d'évolution à l'international ce n'est pas l'apanage des grands groupes ! indique-t-il. Dans certaines ETI, de vrais paris peuvent être faits pour rompre avec des schémas d'évolution de carrières linéaires et permettre à des collaborateurs de talent d'accéder à des formations de type MBA ou des formations intermédiaires de qualité. » Des possibilités d'évolution intrinsèquement liées à la nature même de l'ETI. « Ce type de structure propose des postes dont le contenu est évolutif, où le besoin de développement côtoie souvent la nécessité de structuration et se conjugue avec la satisfaction de connaitre l'entreprise. A la manière d'un artisan, le collaborateur d'une ETI est en capacité de voir les tenants et aboutissants de son travail, de l'activité de l'entreprise et, de fait, de ne pas se sentir comme un numéro dans un système anonyme. » Une dynamique amplifiée par le fait que les ETI sont souvent des entreprises familiales. Devoir assurer sa propre survie et ne pas dépendre des marchés financiers donne en effet une autre perspective de management.


© AdobeStock

ETI, le terrain de tous les possibles

Car l'ETI est aussi l'entreprise où rien n'est impossible en termes d'évolution de ses missions. « Construire son propre poste, impulser sa propre dynamique ou complètement transformer ses missions en cinq ans : tout est possible dans une ETI en plein développement » constate Emmanuel Baudouin. Et Anne Laloue, directrice de la Web School Factory d'ajouter : « l'ETI est vraiment un super endroit pour commencer sa carrière. C'est une entreprise à taille humaine, où les organisations hiérarchiques sont plus courtes, où les collaborateurs de talent sont plus vite repérés et où on peut mieux exister. Ce qui atténue automatiquement les problématiques très françaises liées au phénomène de silo. Les ETI sont également très attentive au bien-être de leurs équipes. Une politique de QVT qui est, du fait de la taille de ces structures, très vite tangible. Car les patrons des ETI en ont bien conscience : leur actif immatériel clé, ce sont les hommes et les femmes qui travaillent pour eux. » La marque employeur et l'attractivité sont donc des points clés pour ces entreprises, qui manquent encore clairement de visibilité auprès des jeunes générations.

Do you know ETI ?

Car même si l'ETI offre un cadre propice au développement de sa carrière et à la prise rapide de responsabilités, elle n'entre pas encore naturellement dans le champ de vision des Millennials.

« En début de parcours, les jeunes diplômés sont souvent, soit à la recherche d'une marque forte (le grand groupe), soit d'une expérience originale (entreprise en création ou génératrice d'un produit / service innovant, une structure qui donne du sens…). Or, l'ETI n'offre spontanément ni l'un ni l'autre. Déjà dotée d'une vraie structure (ce qui élimine le côté aventure entrepreneuriale) mais avec une marque employeur peu développée, elles ont un vrai travail à faire sur leur modèle de désirabilité. Les dispositifs de marque employeur, la formation ou les universités d'entreprise sont des outils RH très appréciés des jeunes qui ne doivent plus être l'apanage des groupes du FBS 120 » indique Olivier de Lagarde.

ETI, ces entreprises qui sortent de l'ombre

L'attractivité s'impose donc comme l'enjeu clé des ETI, peu connues des étudiants, alors même qu'elles représentent de manière très concrète un nombre d'emplois considérable et de vrais projets de carrières. « Les jeunes ne connaissent finalement que deux catégories d'entreprises : les très grands groupes et les startups. Une dichotomie renforcée par le fait que les ETI sont souvent des « entreprises de l'ombre », des entreprises de spécialités » ajoute Anne Lalou. Un manque de visibilité que la directrice de la Web School Factory attribue également à la nature même de l'ETI. « Elle fonctionne sur des temporalités plus courtes. Moins confortable que le très grand groupe pour gérer ses investissements, elle cherche l'efficacité à court terme, y compris en matière de communication. Alors qu'il faut s'inscrire dans le temps long pour instaurer une vraie relation de confiance et de proximité avec les étudiants. Nous travaillons d'ailleurs avec nos élèves de première année sur l'accompagnement des ETI dans leurs recrutements. Car la vraie question des ETI, c'est le manque de modernité dans leur communication et leur manière de recruter, faisant appel à une communication très institutionnelle sur des réseaux sociaux très professionnels. »


© AdobeStock

Un combat culturel

Et pour leur faire connaitre ces structures qui pourraient changer leur carrière, certaines écoles, à l'instar d'emlyon business school, misent sur la formation. L'établissement a en effet lancé il y a quelques années le MOOC Parcours PME avec BPI France. « Un combat culturel qui vise à transformer la représentation des PME et ETI chez les jeunes diplômés des grandes écoles et « fabriquer » des rencontres qui n'existent pas assez. L'idée n'est pas de transformer 100 % de nos étudiants en collaborateurs de PME ou d'ETI mais de leur faire connaitre cette culture et faire germer chez eux l'idée d'un « pourquoi pas ? ». La validation de ce MOOC est associée à l'obtention du Certificat PME / ETI by Bpifrance et emlyon et peut être couplée à la réalisation d'un « stage bras droit » d'un dirigeant de PME. Une façon de réduire le « risque CV », souvent mis en avant par les étudiants pour ne pas rejoindre une PME. Ce certificat devient un label que Bpifrance et emlyon mettront en avant dans leurs réseaux respectifs, y compris auprès des DRH de grandes entreprises » décrit Marc Pérennes, Director Employer engagement and Careers services à emlyon business school. Un moyen aussi de réduire la pression sociale que se mettent les jeunes diplômés sur les épaules. « Lorsqu'on investit dans une grande école, le réflexe logique est celui du ROI, à savoir débuter dans grand groupe pour avoir une marque sur son CV. Choisir une ETI, c'est choisir le risque, mais c'est aussi choisir une expérience différenciante pleine d'opportunités ». Et ce alors même que les ETI n'osent pas encore assez se tourner vers les jeunes diplômés des grandes écoles. « Nous encourageons nos étudiants à proposer leurs services à un dirigeant d'ETI avant même qu'il publie une offre correspondant à leurs profils. Un pari qui s'avère souvent gagnant pour le jeune et pour l'entreprise » précise Marc Pérennes.

ETI : la relève est assurée !

L'Accélérateur ETI est un programme d'accélération lancé par Bpifrance pour soutenir la croissance des ETI et devenir les championnes internationales de demain. Lancé en 2016, l'Accélérateur ETI comptait dans sa première promotion 25 entreprises, qui, après deux ans d'accélération, enregistraient une croissance moyenne de CA de 34 % et de 35 % à l'export. Aujourd'hui, les 25 ETI de sa 4e promotion (2019 / 2021) réalisent un CA moyen de 152 millions d'euros et ont affiché une croissance de 26 % entre 2017 et 2019. 83 % d'entre elles ont réalisé une opération de croissance externe et 78 % exportent ou disposent d'une implantation à l'international. Grâce à ce programme intensif de 24 mois, elles sont accompagnées dans leurs changements structurels liés au passage de cap (formalisation de la stratégie long terme, développement commercial pour conquérir de nouveaux marchés et développer de nouveaux produits et services, renforcement de la démarche RSE…).

Septodont
championne des ETI

© Septodont

« Vous aimez relever des défis, vous avez de l'ambition et vous souhaitez aller de l'avant au sein d'un environnement dans lequel la routine n'existe pas ? **L'endroit est tout trouvé !** »


© Septodont

Et si les ETI étaient des Entreprises Toujours Innovantes ? C'est le cas de Septodont, une entreprise familiale française à la pointe de l'innovation. Présentation avec Aïcha Goudiaby (CELSA 06, ESCP 10, EMBA ESSEC 18), Chief HR & Communications Officer de Septodont. Par Violaine Cherrier

Comment l'entreprise a-t-elle fait face à la crise sanitaire ?

La santé et la sécurité de nos collaborateurs ont été et sont toujours notre priorité. Nous communiquons régulièrement auprès de nos salariés et mettons tout en œuvre pour garantir des conditions de travail optimales sur nos sites. Le télétravail est aussi favorisé au sein de l'entreprise à raison de deux jours par semaine. C'est le fruit d'une nouvelle politique qui nous permet de continuer de nous adapter et d'être agiles. Nous avons aussi tout mis en œuvre pour assurer la continuité de notre activité sur l'ensemble de nos sites dans le monde ainsi que le maintien dans l'emploi de tous nos collaborateurs pendant la crise… et nous y sommes parvenus ! Enfin l'entreprise a également participé à l'effort collectif en fabriquant 12 tonnes de solution hydroalcoolique qui ont été remises gracieusement à la Région Ile-de-France. Une initiative solidaire sans précédent qui démontre également notre capacité à innover, à nous adapter et à jouer collectif.

Sur quels atouts s'appuient les ETI ?

Ils sont nombreux ! Les ETI sont créatrices d'emplois, innovantes et fortement ancrées dans les territoires. Elles sont implantées dans tout l'Hexagone et sont également très présentes à l'international. D'ailleurs, de nombreuses ETI sont souvent leaders européens ou mondiaux dans leur secteur. Ce sont aussi des entreprises très orientées sur le long terme, à la fois en termes de développement et de performance.

Et d'un point de vue collaborateur ?

La proximité inhérente à leur taille humaine permet aux collaborateurs de bénéficier d'autonomie et d'assumer rapidement des responsabilités. Elles sont un véritable terrain d'épanouissement dans lequel ils peuvent exprimer leur créativité, leur ambition et mesurer l'impact de leur contribution.

Olivier Schiller,
Président de Septodont et Ambassadeur des ETI en France

En janvier 2020, le Gouvernement lançait la « stratégie Nation ETI ». Ses objectifs : créer les conditions favorables au développement des ETI (la France n'en comptant que 5 400 contre 12 000 en Allemagne), mieux faire connaître le rôle structurant et la contribution des ETI « championnes des territoires » à l'économie française, et renforcer la prise en compte de leurs enjeux et de leurs spécificités dans l'élaboration de la politique économique. Olivier Schiller, Président du Groupe Septodont, a alors été nommé « Ambassadeur des ETI » par le Président de la République.

Comment s'exprime l'innovation au sein de Septodont ?

En tant que leader mondial de l'anesthésie dentaire, l'innovation constitue un moteur essentiel de croissance, à l'image de nos produits BioRoot RCS et Biodentine, fruits de la Recherche et Développement de Septodont. Mais l'innovation est aussi sociale, managériale et culturelle. Elle se traduit par une écoute active des collaborateurs et par la prise en considération de la voix de chacun. Un exemple récent ? Nous avons lancé un programme de reconnaissance pour valoriser les projets menés en interne : chaque collaborateur est invité, à titre individuel ou en équipe, à présenter une réalisation dont il est fier et qui contribue à faire avancer le groupe.

AGOUDIABY@SEPTODONT.COM

Un entretien, ça se prépare !

En tant que DRH, Aïcha Goudiaby vous livre ses conseils pour performer en entretien :
- Prenez soin de préparer votre entretien en amont
- Présentez clairement vos motivations et votre projet professionnel
- Valorisez vos expériences passées et projetez-vous à travers quelques exemples
- Montrez au recruteur que vous avez pensé votre projet avant votre entretien
- Souriez !

Que recherchez-vous chez un jeune talent ?

Outre les compétences qui sont essentielles, c'est aussi un état d'esprit, une attitude, de la curiosité, une ouverture et une forte dose de motivation. J'analyse également sa capacité à pouvoir jouer collectif et sa volonté à voir grand, car chez nous, un jeune dip' ne sera pas cantonné à un simple rôle d'exécutant. La nature même de nos projets est participative. Bénéficier de cette intelligence collective est très formatrice pour un jeune talent.

Pour résumer : Septodont en 3 #, c'est… ?

C'est une #EntrepriseQuiBouge, la #PositiveAttitude et une #ChampionneDesTerritoires !

Voiture, TGV, disque dur, machine à laver… Nous utilisons quotidiennement les roulements fabriqués et vendus par NTN-SNR. Cette ETI, pierre angulaire de l'industrie, mêle savoir-faire traditionnel et innovation. **Elizabeth Battarel (Université de Nancy 2 94),** Vice-Président des Ressources Humaines, nous donne plus de précisions. Par Léa Benhadouche


© Studio Fou d'images

NTN-SNR
la force de l'harmonie d'une ETI


© Alex Havret

La touche de NTN-SNR qu'on ne trouve nulle part ailleurs ?

NTN-SNR, c'est le mariage de deux entreprises plus que centenaires, marquées par un ancrage local et une dimension internationale. Leurs produits sont vendus dans le monde entier. Bien que nous soyons maintenant un grand groupe, nous restons à taille humaine, avec une culture de management de proximité et une politique forte d'insertion professionnelle, de formation et d'inclusion.

Racontez-nous l'histoire de votre baseline « Make the world Nameraka »…

En japonais, Nameraka signifie harmonie / harmonieux. A notre niveau, en toute humilité mais avec une grande détermination, nous souhaitons contribuer à rendre le monde plus durable, en harmonie avec la nature. Concrètement, cela veut dire produire des technologies qui amélioreront le monde pour les générations présentes et à venir, en préservant notre planète et en apportant des solutions performantes, innovantes et écoresponsables. Nous participons par exemple aux enjeux de décarbonation grâce à notre expertise en tribologie : la science du frottement, dans le but de le réduire au maximum pour consommer moins d'énergie. C'est ça rendre le monde *Nameraka* !

Le saviez-vous ?
La fusée Ariane contient un roulement conçu et fabriqué par NTN-SNR !

Vos opportunités de recrutement ?

A ce jour, nous avons 20 postes d'ingénieurs et une cinquantaine de postes en stage à pourvoir. Nous donnons aux jeunes les moyens d'être bons dans ce qu'ils font via une formation, un tutorat et / ou un parrainage. Chez NTN-SNR, la notion de transmission de nos savoirs est essentielle. Elle peut se vérifier à travers notre école interne LEARN qui forme aux métiers industriels.

Les forces d'une ETI comme la vôtre révélées par la crise sanitaire et économique ?

Nous avons été fortement touchés par la crise sanitaire, en raison de l'impact subi par nos principaux marchés que sont l'aéronautique et l'automobile. Mais nous avons su y faire face grâce à la réactivité et l'adaptation de l'entreprise. L'équipementier industriel a su se réinventer, adopter de nouvelles méthodes de travail, mettre en place des mesures sanitaires drastiques, sans jamais déroger à sa priorité : protéger les collaborateurs tout en pérennisant l'activité.

Et vous, qu'avez-vous appris sur votre métier grâce à la crise ?

Plus nous nous éloignions à cause du télétravail, plus la proximité semblait renforcée. Un vrai lien de confiance et de responsabilité s'est créé. Nous avons développé des outils de communication et des formations en distanciel par exemple. Nos salariés étaient attentifs aux messages que nous leur faisions parvenir. Nous avons mis en place pour nos équipes un système de SMS afin de les rediriger vers notre site pour qu'ils ne manquent aucune nouvelle annonce. Sur les 2 700 numéros de téléphone, un seul désabonnement !

Rejoindre une ETI : LE bon plan pour démarrer sa carrière ?

Les ETI offrent une diversité de métiers, de contacts, de missions et de possibilités de mobilités internes, le monde pour terrain de jeu. Si vous êtes entreprenant, autonome et que vous n'avez pas peur de mettre les mains dans le cambouis, rejoignez une ETI !

Votre ETI : une championne des territoires ?

Notre ETI est discrète mais efficace et innovante. Avec deux centres de R&D, à Annecy et au Japon, NTN-SNR s'inscrit dans une dynamique d'open innovation avec les acteurs de l'économie locale. Nous recrutons énormément sur les territoires pour participer à des projets d'avenir : moto volante, vélo électrique, éolienne, fusée, véhicule autonome…

CHIFFRES-CLÉS

Pour le périmètre NTN-SNR :
700 millions € de CA, plus de
4 300 collaborateurs et **10** sites de production
Taux de féminisation des équipes : **30 %**
Environ **70** stagiaires et **60** alternants par an

Rendez-vous sur le site de NTN-SNR, **RUBRIQUE CARRIÈRES,** , pour consulter les offres d'emploi et postuler.

Plus qu'un slogan, c'est la nouvelle philosophie de Gémo. La marque familiale de mode française, appartenant au Groupe Eram, dévoile cet appétit de vivre avec un de ses meilleurs ambassadeurs : **Alain Paré (Université de Nantes 91),** Directeur des Ressources Humaines. Par Léa Benhadouche

© GettyImages

Gémo lance le « Prêt-à-vivre »

Gémo est **la 1ère enseigne de Grande Surface Spécialisée** à être labellisée Relation Fournisseurs et Achats Responsables.



Le « Prêt-à-vivre » : qu'est-ce que c'est ?

Gémo a pour projet, à horizon 2025, de ne plus se limiter à proposer des produits de mode dans l'air du temps. Nous proposons des services supplémentaires, comme nos packs prêt-à-vivre, pour simplifier le quotidien des familles. Un exemple : notre partenariat avec C-MonEtiquette pour apposer des étiquettes nominatives sur les vêtements des enfants pour la rentrée des classes.

Quelle est votre démarche RSE à travers ce projet ?

Gémo For Good, notre pilier autour du développement durable, manifeste notre fort engagement pour une mode plus responsable et plus respectueuse de la planète et des Hommes. Par exemple, nous réduirons de 30 % notre empreinte carbone d'ici 2030 et 50 % de notre offre sera durable (biologique, recyclée…) d'ici 2025.

Même trentenaire, Gémo continue de se challenger !

Gémo fête ses 30 ans en 2021. La marque a su se réinventer au fil du temps grâce à son esprit réactif et sa singularité. Nous sommes le seul magasin à proposer autant de choix de vêtements, de chaussures et d'accessoires pour toute la famille sous le même toit.

L'ambition de la marque pour les 30 prochaines années ?

Devenir l'enseigne préférée des familles.

Quelle est la force d'une ETI comme la vôtre ?

Ses valeurs : simplicité, responsabilité et ouverture d'esprit. Elles traduisent l'agilité, la solidité et l'authenticité de notre ETI, familiale et très ancrée sur son territoire, entre notre espace collaboratif sur l'Ile de Nantes et son siège historique à Saint-Pierre-Montlimart, dans le Maine-et-Loire.

Pourquoi rejoindre une ETI est LA bonne opportunité pour débuter et booster sa carrière ?

C'est faire le pari d'une entreprise à valeurs et taille humaines. Cela se voit notamment à travers les responsabilités que nous donnons très tôt à tous nos jeunes talents. Ils sont rapidement autonomes dans l'élaboration et la conduite de projets innovants et transversaux car nous leur faisons confiance. Nous savons les accompagner dans leur réussite et leur évolution pour qu'ils s'épanouissent chez Gémo et dans le Groupe Eram.



Votre conseil de Directeur des Ressources Humaines pour briller en entretien ?

Soyez vous-même et naturel. Un entretien est une rencontre entre un candidat et une entreprise. Les deux parties doivent se sentir à l'aise d'exprimer leurs attentes et leurs ambitions. Chez Gémo, nous recrutons des profils qui nous ressemblent, qui partagent notre vision et nos valeurs. C'est la clé de la performance collective.

Pour quelles raisons avez-vous vous-même rejoint Gémo ?

Pour deux raisons : la simplicité du groupe, composante de son ADN, et la rencontre que j'ai faite à mon entrée dans l'entreprise qui m'ont donné envie de participer à l'histoire de Gémo.

Et la page est longue !

J'ai rejoint Gémo en 1993 et j'y suis resté depuis, passant de juriste en droit social à DRH. Le retail est un secteur réactif qui offre plusieurs possibilités d'évolution. Il faut savoir se remettre régulièrement en question et être à l'écoute pour mener une carrière enrichissante.

Top 3 des métiers qui recrutent chez Gémo

- Chef de produit
- Digital (e-commerce, CRM, data)
- Supply chain

CHIFFRES-CLÉS

4 000 collaborateurs
440 magasins en France et à l'international
840 millions € de CA en 2019
7E enseigne de distribution sur le marché de l'équipement et de la personne en valeur
1 français sur **5** s'habille chez Gémo

RECRUTEMENT@GEMO.FR

Le directeur des affaires publiques
redonne ses lettres de noblesse au lobbying



© Unsplash

Analyste rompu à la détection des signaux faibles de son écosystème, dénicheur avant l'heure des opportunités, pro de la com' et influenceur de talent, le directeur des affaires publiques est l'atout maître des entreprises qui veulent avoir un coup d'avance. Par Clarisse Watine

Gouvernement, Parlement, institutions européennes, administrations publiques, média, parties prenantes… le directeur des affaires publiques est en veille permanente. Son objectif ? Détecter avant tout le monde les menaces et les opportunités qui s'ouvrent à son entreprise. Doté d'une connaissance juridique et règlementaire pointue et d'une compréhension hors pair des enjeux politiques et géopolitiques, il maîtrise comme personne les rouages de la com'.

Le pouvoir de l'influence

Des outils précieux pour des entreprises ancrées dans la mondialisation. « Deux solutions s'offrent à elles : s'adapter à leur environnement ou l'influencer pour qu'il s'adapte à elles. Si les small players n'ont souvent pas d'autres choix que de s'adapter, les grosses structures ont en revanche des cartes en main pour façonner leur environnement », indique Christophe Stalla-Bourdillon, expert à l'ICN Business School. Des cartes que le directeur des affaires publiques sait distribuer avec finesse… et dans l'intérêt général.

Le lobbying c'est aussi de l'intérêt général

Car, pro du lobbying, il n'agit pas seulement dans l'intérêt de son entreprise. « La culture française sous-entend que l'Etat soit seul dépositaire et prescripteur de l'intérêt général. La conception anglo-saxonne est bien différente. Elle prône une société participative et à l'écoute, où l'Etat ne sait pas plus que les citoyens ce qu'est l'intérêt général. Dans ce cadre, on ouvre les portes au débat, sans percevoir la consultation du public comme du trafic d'influence. On ne fait donc pas des affaires publiques en France comme à Bruxelles ou en Chine ! » ajoute-t-il.

Le directeur des affaires publiques est un pro…

- Des circuits institutionnels et décisionnels
- Du monde politique, de ses enjeux et des rapports de force qui en découlent
- Du monde du business
- De son entreprise
- Du cadre juridique et règlementaire national et international
- Des techniques et outils de communication (événementiel, relations média, communication de crise…)
- De la culture générale
- De la compréhension et de la reformulation des besoins de chaque partie prenante

Encore peu connue, la fonction de directeur des affaires publiques est pourtant essentielle ! Au cœur de la stratégie de l'entreprise, elle demande diplomatie, engagement ou encore force de persuasion. Une fonction qui sied à **Laure Lechertier (Faculté de pharmacie d'Angers 96)** depuis plusieurs années, dont deux au sein du laboratoire pharmaceutique UPSA où elle est Head of Market Access, Corporate and Public Affairs, Social Responsability. Ses tips pour vous y faire une place. Par Marine Delcros

Les affaires publiques, un métier en pleine effervescence chez UPSA !

Les infos clés à connaître sur UPSA ?

Nous sommes un laboratoire pharmaceutique qui met à disposition des médicaments pour soulager la douleur et les maux du quotidien, avec une forte singularité : nous produisons tout en France, avec un solide ancrage dans le Lot-et-Garonne (Agen) où se situent deux sites de production et deux sites de distribution. Nous rayonnons aussi à l'international : pour preuve, nous exportons nos médicaments dans 60 pays. 42 % de notre production (124,5 millions de boîtes) partent ainsi à l'international ce qui représente 55 % de notre chiffre d'affaires.

Le made in France : en quoi cela fait toute la différence ?

Fabriquer les médicaments à base de paracétamol en France a par exemple permis de garantir la continuité de leur accès pour les patients durant toute la crise Covid-19, alors que les besoins étaient importants. Cette capacité de production est stratégique pour le pays en ce qu'elle permet d'assurer sa souveraineté sanitaire et économique. Autre élément important, cette proximité est un encouragement à consommer ce qui est fait dans notre pays. Enfin, l'ancrage territorial d'une entreprise a de nombreuses externalités positives, tant en termes d'emplois directs et indirects, que de contributions sociétales et environnementales : des atouts majeurs qui en font une entreprise pollinisatrice au sein de son écosystème.

Votre fonction en une phrase ?

Je suis en charge des conditions de remboursement et de prix des médicaments, de la communication interne et externe, des affaires publiques et de la responsabilité sociétale de l'entreprise au niveau global (France et International). Il y a un continuum logique entre toutes ces fonctions et la mission affaires publiques est liée à toutes les autres.



Pourquoi les affaires publiques sont-elles capitales dans un laboratoire pharmaceutique ?

Aujourd'hui, les entreprises ont compris qu'agir sur leur environnement (économique, politique, réglementaire, juridique, sociétal…) est fondamental pour créer les conditions favorables au développement de leur activité. Et pour cela, elles doivent se doter de personnes qualifiées qui ont une expertise solide et des réseaux structurés. C'est le rôle des affaires publiques : anticiper, comprendre et façonner un environnement, éclairer la décision publique et faire évoluer les politiques publiques en mettant en exergue des données objectives, probantes et fiables, sur lesquelles se baser. Ces données permettent d'illustrer l'impact des politiques de régulation et la contribution des entreprises à l'environnement.

Vos meilleurs arguments pour convaincre un jeune diplômé de choisir les affaires publiques ?

C'est un métier extrêmement enrichissant, à la confluence de nombreux domaines, qui vous ouvre de fait à l'extérieur, mais aussi à l'interne, car vous êtes la cheville ouvrière de la coordination sur de très nombreux sujets. C'est un métier très transversal qui vous donne une vision à 360 degrés de l'entreprise, de ses enjeux stratégiques et de son écosystème. C'est également un métier de dialogue, de négociation, de facilitateur, de catalyseur entre les secteurs privé et public. Pour cela, il faut toujours essayer de comprendre les points de vue des uns et des autres. Il faut être dans une posture d'écoute et de compréhension des enjeux des autres parties prenantes. Pour conclure, je dirais que c'est un métier complexe, multidimensionnel, qui s'inscrit dans l'objectif de trouver un chemin commun qui va conduire à un résultat positif pour tout le monde. Cela demande de la diplomatie, de la compréhension des enjeux, de l'analyse, un sens de l'adaptation et de l'agilité.



Un dossier qui vous prouve que ce métier était fait pour vous ?

Au Journal Officiel était parue une baisse des prix sur les médicaments à base de paracétamol. Avec la crise sanitaire, nous avons décidé de réouvrir la discussion relative à cette décision au motif qu'elle pénalisait notre laboratoire, acteur majeur du territoire lot-et-garonnais et de la Nouvelle Aquitaine, alors que nous étions en première ligne pour lutter contre la Covid-19. Nous avons, en fournissant des données probantes, réussi à changer le cours de la discussion pour aboutir à une innovation administrative : un moratoire sur cette baisse de prix pendant plusieurs années, en contrepartie d'une contribution à la relocalisation du principe actif du paracétamol en France. UPSA s'est ainsi engagé concrètement et de façon positive dans la reconquête industrielle et la souveraineté sanitaire, grandes orientations gouvernementales du Plan de relance. C'est passionnant de travailler sur des dossiers aussi majeurs et impactants sur lesquels on peut changer le cours des choses en faisant en sorte que ce soit du gagnant-gagnant pour l'ensemble des parties prenantes.

Un conseil à un étudiant en pharmacie ?

Si vous souhaitez travailler ailleurs qu'en officine, une double compétence est toujours très appréciée. En effet, il est essentiel de ne pas se centrer uniquement sur son cœur d'expertise. Par exemple, le diplôme de pharmacien et d'une école de commerce ou une spécialisation en affaires publiques ou en droit ou économie de la santé.

Les skills à développer en affaires publiques

La curiosité, la polyvalence, l'agilité, l'anticipation. Pour bien cerner les enjeux, mesurer les impacts et construire une stratégie efficace.

L'engagement et la passion. Il faut être convaincu de la raison d'être et de la mission de l'entreprise pour défendre sa vision et ses intérêts.

La diplomatie, le sens de l'adaptation, le sens de la pédagogie, des capacités rédactionnelles et de rhétorique. Les affaires publiques sont un métier de dialogue, de négociateur, de facilitateur, de catalyseur. Il faut s'adapter à ses interlocuteurs tout en gardant son cap stratégique.

#JobBoard



UPSA est constamment dans une dynamique de recrutement sur des postes très variés. N'hésitez pas à consulter les offres sur le LinkedIn de l'entreprise mais également à candidater spontanément !

CHIFFRES-CLÉS

387 millions € de CA en 2020 / **1 539** collaborateurs dont **1 511** en France / Présence dans **60** pays
3 500 emplois indirects/ **42 %** de la production (**124,5** millions de boîtes) partent à l'international ce qui représente **55 %** du chiffre d'affaires

LAURE.LECHERTIER@UPSA-PH.COM



© David Morganti

Six mots pour résumer la business school triple couronnée et classée 9e par le Sigem ? C'est le pari que relève Delphine Manceau, directrice générale de NEOMA BS. Propos recueillis par Clarisse Watine

L'Interview Initiales
de Delphine Manceau



© JF Lange

Neosmart Un dispositif pédagogique de peer learning mis en place par NEOMA BS l'année dernière. Le concept : les étudiants qui sont bons dans une matière (prépas ECS en maths, Prépas ECE en économie…) tutorent, avec le soutien d'un professeur encadrant, des étudiants qui ont plus de difficultés. Nous aimons beaucoup ce dispositif qui capitalise sur la diversité des profils de nos étudiants, renforce leur apprentissage et leur montre qu'ils sont porteurs de savoir. L'an dernier, 100 mentors et 400 mentorés se sont investis, avec un taux de satisfaction de 70 %, y compris chez les mentors qui y voient un moyen de progresser et de nouer de nouvelles relations avec les étudiants et les professeurs. L'an prochain, ce dispositif sera étendu aux langues.

Entreprendre NEOMA BS est une des business schools les plus en pointe sur entrepreneuriat. Avec ses trois incubateurs (un sur chacun de nos campus), ses deux accélérateurs de startups bien sûr : 210 startups en ont ainsi profité depuis 2011. Mais aussi avec son programme *Entrepreneur sans frontières* qui permet à nos étudiants de s'immerger pendant six mois dans l'écosystème de l'incubateur d'une université partenaire (au Brésil, en Chine, à San Francisco…). Important facteur d'attractivité pour notre école, l'entrepreneuriat ne se résume pas à la création d'entreprise. Pour NEOMA BS, c'est un état d'esprit qui influence la manière de penser et de résoudre les problèmes que nous voulons développer très vite chez nos étudiants.

Ouverture Je pense bien sûr à l'ouverture aux autres disciplines. Avec notre programme TEMA, mais aussi via de très nombreux accords et partenariats. Avec CentraleSupélec, des écoles de design, ou plus récemment avec l'Institut de Recherche Internationale et Stratégique (IRIS) avec lequel nous avons organisé un Festival des droits humains à Rouen en octobre dernier. Nos élèves ont également la possibilité de faire leur Master 2 dans trois programmes de l'IRIS. Je n'oublie pas non plus l'ouverture sociale avec 2.2 millions d'euros de bourses versées en 2020 (soit trois fois plus qu'il y a deux ans) et 34 % de boursiers parmi les étudiants du PGE. Des chiffres qui répondent à l'engagement fort de l'école qu'aucun étudiant ne renonce à NEOMA pour des raisons financières.

Mondial NEOMA BS a pris le parti de l'immersion internationale avec 360 partenariats académiques. Notre vision de l'international ? Des parcours sur plusieurs continents, dans les meilleures universités du pays, en petit nombre pour s'immerger totalement dans la culture locale. Un axe qui transforme les élèves en citoyens du monde et que nous avons tenu à conserver au maximum pendant la pandémie. Plus de 1 000 étudiants ont ainsi pu partir en échange à l'étranger (vs 1 400 en temps normal). Nous lançons également 12 nouveaux parcours internationaux en double-diplôme ou triple-diplôme qui font du PGE de NEOMA BS le cursus affichant l'offre la plus large de double-diplômes internationaux.

Associations étudiantes Une des marques de fabrique de NEOMA ! De la RSE au sport, NEOMA présente plus de 90 associations. Si l'intense vie associative de l'école est assez liée à chaque campus, des rapprochements se multiplient, comme avec nos deux J.-E. qui travaillent étroitement ensemble. L'activité associative a aussi vocation à se développer sur notre nouveau campus parisien, d'autant plus que Paris est souvent le point de rencontre entre les étudiants rémois et rouennais.

La lettre bonus :

Innovation L'innovation pédagogique d'abord, car NEOMA essaye toujours d'être en pointe pour s'adapter aux nouvelles manières d'apprendre, comme le prouvent nos salles de créativité ou notre campus virtuel. Innovation aussi dans ce à quoi nous préparons nos étudiants : nous les voyons comme les architectes du monde de demain et nous voulons les aider à construire les entreprises de demain : rentables et créatrices d'emplois tout en étant plus respectueuses de l'environnement et de la diversité.

« L'association de diplômés *à la papa*, c'est terminé avec NEOMA Alumni ! »

NEOMA Business School compte 75 200 diplômés et futurs diplômés, dont 8 000 sont adhérents à NEOMA Alumni. Illustration s'il en faut de la puissance du réseau des Néomiens. Agnès Flouquet-Vilboux, Executive Director de NEOMA Alumni nous en dit plus sur la mobilisation de l'association auprès de la communauté NEOMA BS. Par Clarisse Watine

L'association NEOMA Alumni s'est immédiatement mobilisée pour les étudiants au début de la crise. Quelles ont été vos premières actions ?

L'association, la fondation et l'école sont très vite venues financièrement en aide aux étudiants précaires en dégageant un fonds d'urgence. Nous avons ainsi lancé avec la fondation une campagne mettant en avant des donateurs via des photos et des vidéos sous la signature « We are NEOMA », ainsi qu'une aide pour les étudiants restés en échange ou en stage à l'étranger, ceci afin de montrer notre solidarité envers les élèves. Des actions qui nous ont permis d'aider 200 à 300 élèves dès le printemps et l'été 2020.

Et concernant l'employabilité ?

En septembre 2020, nous avons été alertés par l'école qu'un nombre plus important d'élèves avaient du mal à s'insérer dans l'emploi. Nous avons alors lancé plusieurs vagues de mentoring pour accompagner des étudiants en fin de cursus ou tout juste diplômés. Un programme de parrainage de six mois durant lesquels les alumni les aident à créer leur pitch, écrire leur CV ou leurs lettres de motivation, voire même revoir leur projet professionnel si besoin. Une centaine de binômes ont ainsi déjà été créés. Début 2021, nous avons également constaté que les élèves ne voyaient pas les offres, pourtant nombreuses, publiées par NEOMA Alumni sur LinkedIn. Nous avons donc lancé une opération pour pousser nos alumni à y relayer leurs offres de stages, d'alternance ou de premier emploi avec le #Job4Neoma. Aujourd'hui, 660 élèves suivent ce hashtag et 200 offres sont publiées sur notre page LinkedIn. Car il ne faut pas oublier que NEOMA Alumni c'est aussi l'association des futurs diplômés. Ils ont un accès de droit à toute l'infrastructure, ils bénéficient de places réservées sur nos événements…

Pourquoi est-ce important pour une école de pouvoir se reposer sur une association d'alumni solide ?

C'est un cercle vertueux. L'école forme des élèves pendant trois ans et NEOMA Alumni gère le « service après-vente » pendant 40 ans ! D'autant que la réussite des carrières de nos alumni rejaillit sur l'école. Il est important de montrer que NEOMA BS mène à de superbes carrières. Et pas seulement dans des boites du CAC 40, comme le prouve le parcours d'Ilan Benhaim président de NEOMA Alumni et co-partner/fondateur de Veepee, qui a quand même participé à une des plus grandes aventures entrepreneuriale du web ! Les alumni sont des ambassadeurs de la marque NEOMA. Un des grands enjeux pour l'école est donc de créer ce sentiment d'appartenance au « maillot NEOMA » et, pour nous, de le faire vivre pendant des dizaines d'années. D'autant que nous nous adressons à des diplômés de 23 à plus de 75 ans, qui portent des regards différents sur l'association.


© Philippe Bauduin

Ce qui implique un changement de business model ?

Effectivement. NEOMA Alumni, n'est pas une « amicale des anciens » mais bien une structure au service des diplômés de NEOMA BS, pour les aider dans leur vie professionnelle et leur vie personnelle. Un « club business » ayant pour vocation de créer des relations qualifiées entre les alumni afin de les aider à trouver, parmi eux, le partenaire idéal pour faire du business. Et avec 65 000 diplômés activables, ça demande de bien connaitre le réseau !

Comment accompagner encore mieux l'école dans ses développements ?

D'abord en étant présent sur les trois campus de NEOMA (Reims, Rouen et le tout nouveau campus de Paris). Ensuite, par son plan d'actions aligné sur les grands axes stratégiques de l'école : international, employabilité, politique en faveur des boursiers… Parallèlement, nous aidons l'école à identifier les parrains de promo, nous développons un hall of fame avec des alumni emblématiques issus de tous les programmes… Et nous travaillons bien sûr main dans la main avec l'école sur des sujets essentiels comme la RSE, avec la création du programme NEOMA Alumni *Engaged for positive impact par exemple.*

Rejoindre une entreprise familiale et engagée pour l'environnement, une entreprise de passionnés qui agissent au quotidien pour une nutrition durable, c'est ce que vous propose **Mathieu Dondain (NEOMA BS 98),** Directeur général de NEXIRA.

Par Aurélie Nicolas

© NEXIRA

NEXIRA
se nourrir durablement



© NEXIRA

Transformer les ingrédients naturels de façon innovante et durable, est-ce une bonne façon de définir NEXIRA ?

Oui, tout à fait ! Depuis plus de 125 ans, nous vendons des produits naturels qui sont utilisés dans l'agro-alimentaire et les compléments alimentaires. Ce sont des ingrédients à forte valeur ajoutée, à la fois naturels, biologiques et performants. On les retrouve dans de nombreux produits : boissons, snacks et biscuits, laitages, confiseries, dispositifs médicaux… pour leurs propriétés nutritionnelles ou texturantes. Nous sommes en permanence à la recherche de solutions nouvelles, avec en même temps un souci constant de protection des ressources naturelles.

La nutrition durable, au cœur des enjeux du 21e siècle ?

Evidemment ! Avec une population mondiale toujours en croissance et des ressources limitées, la nutrition durable devient un enjeu à la fois économique et politique. Chaque entreprise doit faire des efforts pour réduire son empreinte carbone et les effets de son activité (énergie et transports notamment) sur la pollution mondiale. La récente crise sanitaire a par ailleurs montré que le virus touchait particulièrement les populations fragiles et atteintes de maladies chroniques comme le diabète et l'obésité. Dans ce contexte, l'enjeu d'une nutrition bénéfique pour la santé est aussi très fort. C'est d'ailleurs sur notre division « Health » que nous réalisons notre plus forte croissance, en particulier sur les produits contenant des vitamines, l'immunité, la santé digestive, la nutrition sportive, le cognitif et les produits minceur.

De quel projet récent et innovant êtes-vous particulièrement fier ?

Nous avons lancé il y a deux ans la marque INAVEA, bâtie sur une promesse environnementale forte : être une des premières marques agroalimentaires avec une empreinte carbone neutre certifiée, soutenant les populations locales. C'est une marque intégralement bio avec des bénéfices santé brevetés. Pour nos clients en BtoB, c'est aussi une belle histoire que nous leur proposons de raconter à leurs clients finaux. Toute l'entreprise a été mobilisée autour d'INAVEA, des achats à la logistique en passant par la production. A cette occasion, nous avons d'ailleurs construit une nouvelle ligne de production à basse consommation d'énergie. Le retour des clients est excellent et nous permet de nous distinguer de nos concurrents sur ce marché de niche où la compétition est assez forte. Même si nous conservons à la fois notre leadership et notre légitimité sur le marché.

Une PME familiale et indépendante, ça change quoi ?

NEXIRA est en effet une entreprise 100 % familiale, créée par mon arrière-grand-père en 1895. Mon père et mon oncle en ont pris la direction dans les années 80, en développant de nouvelles filières d'approvisionnement, de transformation et de distribution, tout en favorisant son essor international. Nous avons un modèle de croissance raisonné et raisonnable, loin d'une logique de profit à tout prix. Cette dimension familiale nous confère à la fois prudence, autonomie décisionnelle et vision de long terme. Les collaborateurs apprécient cet état d'esprit et cette culture d'entreprise et se montrent, en retour, très fidèles.

Je suis un jeune diplômé qui vous rejoint cette année : qu'attendez-vous concrètement de moi ?

Nous avons besoin d'ingénieurs agroalimentaires bien entendu, ainsi que des diplômés en sciences physique et chimie. Mais nous sommes ouverts à tous les profils, à condition de savoir s'adapter, d'être capable d'apporter des idées nouvelles et toujours prêt à apprendre. Nous venons d'ailleurs de renforcer nos équipes RH pour encore mieux accompagner, former et faire évoluer nos collaborateurs. Les jeunes diplômés curieux, mobiles et dynamiques pourront profiter de notre présence internationale pour voyager au gré des opportunités, après une première étape au siège à Rouen.

Mes suggestions

Soyez passionnés, audacieux et patients ! Et ne sous-estimez pas l'importance de l'intelligence émotionnelle. Car au-delà des compétences techniques, ce sont les interactions humaines qui priment.

Mon NEOMA



Ce MBA a été la meilleure expérience académique que j'ai eue ! Le faire vers 40 ans, avec la maturité qui va avec, est idéal. Les échanges avec les autres personnes, aux parcours professionnels multiples, était d'une immense richesse.

CHIFFRES-CLÉS

130 millions €
Dont **90 %** à l'international
280 collaborateurs
2 usines en France
Présence dans **80** pays

M.DONDAIN@NEXIRA.COM
V.ASSELIN@NEXIRA.COM

Pourquoi **Mines Paris-PSL** a-t-elle un coup d'avance ?

Plus de deux fois centenaire et pourtant toujours aussi contemporaine. A la pointe de la recherche et de l'innovation, Mines Paris-PSL est aujourd'hui plus que jamais en phase avec les enjeux de demain. Vincent Laflèche, directeur général de Mines Paris-PSL nous explique pourquoi l'école d'ingénieurs qu'il dirige depuis 2016 a toujours un coup d'avance. Propos recueillis par Clarisse Watine

Mines Paris-PSL et l'innovation, ça n'a rien de nouveau ?

Effectivement ! Rappelons-nous de l'héritage de Pierre Laffite directeur de l'école dans les années 70 et décédé en juillet dernier. Il n'a pas donné un, mais bien deux coups d'avance à l'école. Il a fait de Mines Paris une des premières écoles d'ingénieurs à adosser son enseignement à la recherche (une démarche alors caractéristique d'une université) et a été à l'origine de la création de la technopole de Sophia Antipolis. Ce temps d'avance nous permet aujourd'hui d'être N°1 de la recherche partenariale. Nous avons aussi la chance d'avoir de très bons étudiants, dont nous sommes particulièrement à l'écoute et que nous associons à la réflexion sur nos orientations stratégiques. Leur qualité nous donne envie de faire le maximum pour eux.

Vous portez aussi une attention particulière aux SHS ?

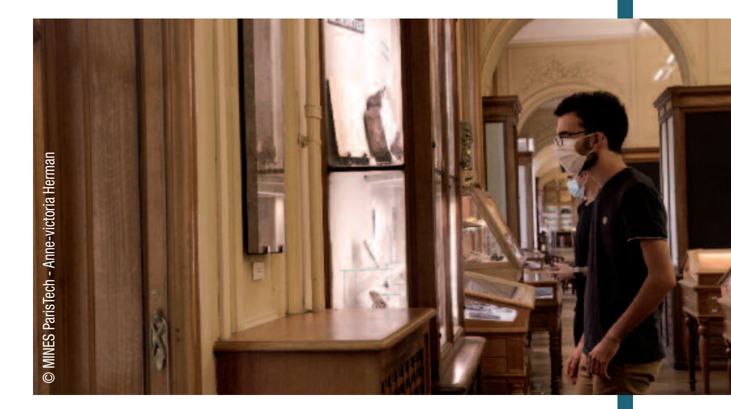
Et c'est essentiel. Derrière le mot « ingénieur » on voit toujours une dimension très technologique mais, quand je suis arrivé à l'école il y a cinq ans, le CNRS venait pourtant tout juste de remettre à un de nos chercheurs en sociologie de l'innovation une médaille d'argent ! Et c'est là notre force : nous sommes aussi là où nous ne sommes pas attendus. Mines Paris est une école d'ingénieurs généraliste où les mathématiciens et les sociologues partagent la même cafeteria (et bien plus !) depuis des dizaines d'années : un temps d'avance sans doute difficile à rattraper pour les autres.

L'ingénieur généraliste made in Mines Paris : un profil qui a de l'avenir ?

La preuve : pour avoir le même niveau qu'un de nos jeunes diplômés, un candidat anglo-saxon doit être titulaire d'un double master scientifique et management / gestion. Les profils de nos diplômés sont d'autant plus riches qu'ils ont une vraie capacité à travailler en équipes interculturelles sur trois dimensions : internationale, sociale et disciplinaire. Une interculturalité nourrie par PSL, où nos ingénieurs peuvent travailler avec des chimistes, des physiciens, mais aussi des spécialistes du design ou de l'art dramatique. Car on ne fait pas de l'innovation en enfermant les ingénieurs entre eux ! Mais si nos diplômés constituent une grande richesse, nous ne sommes pas encore à la hauteur des enjeux en termes de parité et d'égalité des chances.

Comment aller vers plus de parité et de diversité justement ?

En changeant d'échelle et en diversifiant nos filières de recrutement, sans jamais renoncer à l'excellence. Nous étudions avec intérêt les alternatives aux classes prépas qui se développent, sur la manière de repérer et d'apprécier cette excellence. On recrute déjà par le CPES de PSL cité en exemple par le Gouvernement, on pourrait aussi imaginer des années de transition entre filières… Un axe stratégique prioritaire mais qui ne se conçoit que sur la durée.


© MINES ParisTech - Anne-victoria Herman

La transition énergétique est citée par les candidats comme critère numéro 1 de choix pour l'école. Quels sont vos autres atouts ?

Nous sommes effectivement très reconnus sur le champ des transitions énergétiques, mais je pense aussi à la transition numérique. Ces deux thématiques sont d'ailleurs devenues des cours obligatoires dès la 1A de notre nouveau cycle ingénieur. Mines Paris est aussi par exemple la seule école d'ingénieurs d'Ile-de-France à être partenaire de 3IA (Instituts Interdisciplinaires d'IA). Nous avons également beaucoup progressé sur l'entrepreneuriat, boostés par PSL et tout l'écosystème parisien d'innovation, mais aussi à Sofia Antipolis et bientôt, à Versailles Satory. Si nous sommes bénéficiaires de ces incroyables écosystèmes d'innovation, nos partenaires (académiques, entreprises, collectivités…) attendent aussi de nous que nous en soyons des animateurs, une force d'impulsion et de développement.

#Pepite

Le nouveau cycle ingénieur ne propose plus de tronc commun (cours en amphi) en 2A. Nous avons la chance d'avoir des élèves qui n'ont plus rien à démontrer sur leur capacité à apprendre. Notre mission est donc de leur apprendre à apprendre. Nous sommes ainsi une des premières écoles à avoir instauré des trimestres recherche obligatoires dans les laboratoires de l'école, de PSL ou à l'international.

Si une entreprise ne recrute pas un diplômé de Mines Paris, elle se prive de… ?

Candidats sérieux et sympathiques, qui ont de vraies valeurs et qui veulent donner du sens à leur carrière.

Une ingénieure de Mines Paris-PSL dessine l'habitat de demain chez CDC Habitat


© Maya Angelsen


© Cobe

Forte de son expertise dans le secteur du logement social, Anne-Sophie Grave (MINES Paris-PSL 79) est devenue Présidente du directoire de CDC Habitat en décembre 2020. Son ambition ? Propulser l'entreprise au cœur du futur ! Rencontre. Par Léa Benhadouche

Quelle est la mission de CDC Habitat ?
Filiale à 100 % de la Caisse des Dépôts, CDC Habitat est opérateur global de l'habitat d'intérêt public. Construction, rénovation et gestion, le Groupe est présent sur tous les segments du marché du logement, avec 520 000 logements gérés : hébergement d'urgence, logements sociaux, intermédiaires, abordables, accession sociale à la propriété. Sa mission est d'offrir des solutions d'habitat à tous, des personnes en difficulté aux familles modestes, des jeunes étudiants ou actifs aux personnes âgées.

Comment le Groupe a-t-il fait face à la crise sanitaire et économique ?
En 2020, CDC Habitat a assuré la continuité de service pour ses locataires en mobilisant l'ensemble de ses équipes. 45 000 appels téléphoniques bienveillants ont été passés pour accompagner nos locataires les plus fragiles ou isolés lors du confinement. CDC Habitat a également soutenu le secteur immobilier grâce à un appel à projets massif pour la production de 40 000 logements. En 2021, nous avons lancé un deuxième plan de relance qui intègre une dimension environnementale plus forte : recyclage des bâtiments, reconversion de friches, sobriété foncière…

Que préférez-vous chez CDC Habitat ?
Son utilité sociale. La capacité du Groupe à couvrir un champ d'intervention large pour répondre aux problématiques de l'habitat en Métropole et en Outre-mer. Cela donne du sens à nos métiers.

CHIFFRES-CLÉS

19 000 logements livrés / **28 764** logements mis en chantier / **8 270** logements réhabilités
Plus d'**1** million de personnes logées
525 000 logements gérés / **9 970** collaborateurs
5,7 milliards € d'investissement

CDC Habitat participe à la construction du Village des athlètes pour les JO 2024.

Et que préférez-vous dans votre métier ?
Capter les évolutions pour définir les orientations stratégiques et impulser les transformations nécessaires pour adapter l'entreprise à ces enjeux. Par exemple l'évolution des modes de production pour intégrer la stratégie bas carbone, des modes d'habitats suite à la crise sanitaire ou des services grâce au numérique. Et j'ajoute deux dimensions essentielles : le management d'équipes et la relation humaine.

Pour quelles dimensions de votre métier le regard des jeunes diplômés vous serait-il utile ?
L'innovation et le numérique. Nous souhaitons encourager l'open innovation au sein de notre Groupe et exploiter les potentialités du numérique dans notre secteur, qui vont de la conception des bâtiments avec le BIM, à la maintenance prédictive des équipements grâce à l'IA, jusqu'aux nouveaux services proposés aux locataires. Ensemble, inventons l'habitat de demain, pour une ville sobre, inclusive et résiliente.

MINES ParisTech : la meilleure formation pour le poste que vous occupez aujourd'hui ?
Cette formation pluridisciplinaire, qui allie théorie et pratique, rigueur et ouverture sur la société, donne à ses étudiants la capacité d'apporter des solutions à des problèmes complexes. C'est utile dans mon poste pour comprendre l'ensemble de notre écosystème.

Les jeunes générations cherchent une entreprise avec du sens. Frappent-ils à la bonne porte chez CDC Habitat ?
Oui, pour quatre raisons motivantes : sa mission sociale, sa mission d'intérêt général au service d'une politique publique d'habitat, son engagement pour le climat et sa contribution à l'économie locale.

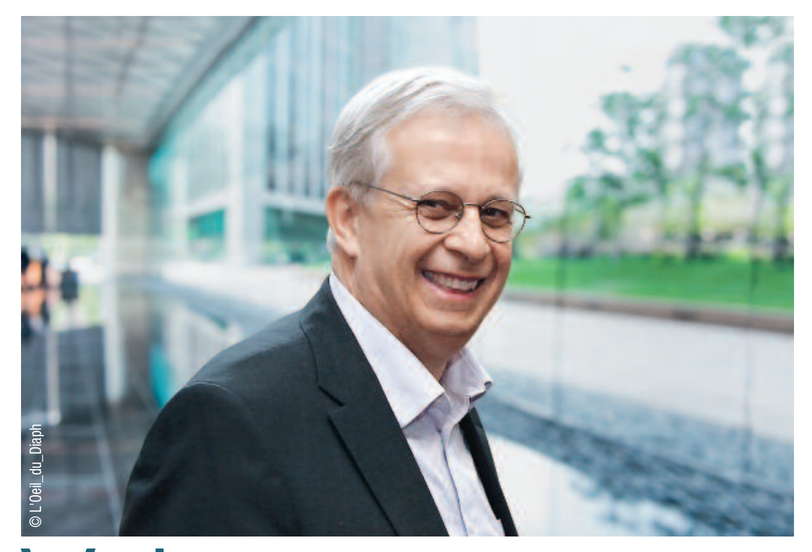
Quels sont les métiers en forte croissance chez vous actuellement ?



Les filières SI, numérique, techniques du bâtiment ou les métiers de développeur foncier. Nous recrutons particulièrement dans notre filière maîtrise d'ouvrage et construction. Les stagiaires et alternants sont bien sûr les bienvenus. Enfin, pour ceux qui privilégient la mobilité géographique, nous avons des opportunités en Outre-mer.

LAETITIA.LECHATELIER@CDC-HABITAT.FR

Une mobilité plus propre, plus sûre et plus intelligente, tel est le credo de l'équipementier automobile Valeo, premier déposant français de brevets dans le monde. « Ce classement témoigne d'une très forte capacité à toujours se remettre en question et innover », constate Jacques Aschenbroich (MINES Paris-PSL 95), président-directeur général de Valeo. Par Bertrand Bourgine


© L'Oeil_du_Diaph

Valeo l'innovation au-delà de l'automobile !

Comment expliquer le changement de dimension de Valeo entre 2009 et 2021 ?

Notre développement s'est fait principalement sur trois segments de marché en très forte croissance : l'électrification des véhicules (CA multiplié par 26), les systèmes d'aide à la conduite vers la voiture autonome (CA multiplié par 9) et l'Asie (CA multiplié par 4,1).

L'innovation : votre meilleur levier stratégique ?

Valeo s'est classé en tête des déposants français de brevets dans le monde (tous secteurs confondus), avec 1 913 brevets publiés en 2019, dont 53 % en France. En 2020, notre effort de R&D s'est élevé à 1,66 milliard d'euro, soit 12 % du CA de nos produits de première monte. Ces capacités d'innovation concernent essentiellement des technologies contribuant à la réduction des émissions de CO_2 et à l'assistance à la conduite (ADAS).

Trois autres atouts du groupe pour rester leader technologique de la mobilité du futur ?

La persévérance pour introduire nos innovations dans le marché, l'exigence de qualité et de progrès systématiques via notre méthode d'amélioration continue, les cinq axes, et enfin, une incroyable mobilisation de nos équipes dans le monde entier. La façon dont elles se battent sur tous les sujets est très impressionnante !

En quoi ces transformations de vos activités sont-elles motivantes pour de jeunes ingénieurs ?

Au-delà du fascinant aspect technologique de nos produits pour l'automobile (électronique, logiciels, montée des algorithmes, intégration de l'IA, etc.) il y a aussi l'aspect sociétal d'une mobilité en pleine mutation. Nos solutions à basse et haute tensions visent désormais de petits véhicules électriques urbains (motos, scooters, 3 roues, vélos), voire des droïdes autonomes de livraison du dernier km. Il y a aussi enfin ce challenge de réduction de notre empreinte carbone et de la performance environnementale à relever, dans lequel nous jouons depuis longtemps un rôle pionnier. Notre objectif ? Réduire de moitié notre impact carbone dans les dix ans. En ce sens, nous sommes une entreprise extrêmement moderne.

A quoi ressemble le talent idéal ?

Il est divers. Même si nous avons besoin d'experts sur énormément de sujets, nous ne sommes pas monolithiques. Avec 115 000 collaborateurs issus de plus de 100 nationalités dans 33 pays - ce qui fait la richesse de Valeo et l'intérêt d'y travailler - c'est cette incroyable diversité, la rencontre de tous ces talents et le large éventail d'opportunités d'emploi proposé.

Y a t'il des métiers qui vont prendre le lead chez Valeo ?

J'espère que non. Nous étions mécaniques à l'origine et sommes devenus mécatroniques en intégrant de l'électronique, de l'automatique et de l'informatique dans nos produits. La convergence de l'ensemble de ces métiers fait notre richesse.



© Valeo_Asia_Indon_Korea_Malays_Plants



Le + de Mines Paris-PSL ?

Je dois beaucoup à mon école : son caractère généraliste de compréhension des problèmes, cette capacité à apprendre mais surtout cette interaction permanente entre des formations de haut niveau, la recherche et la connaissance des entreprises. Des outils inscrits dans mes gènes qui m'ont servi dix ans dans la fonction publique puis à la tête de groupes industriels.



© Valeo_Egypt_Cairo_Headquarters

JACQUES.ASCHENBROICH@VALEO.COM
WWW.VALEO.COM/FR

L’École des Ponts ParisTech en action !


© D. DELAPORTE-Ecole des Ponts ParisTech


© D. DELAPORTE-Ecole des Ponts ParisTech

© www.olivier-placet.com

Cinq verbes pour résumer la philosophie et les projets de la seconde grande école française et cinquième établissement français du Times Higher Education ? C’est le pari que relève Sophie Mougard, directrice de l’École des Ponts ParisTech.

Propos recueillis par Clarisse Watine

Construire

Construire les mondes durables de demain : tel est le moto de l’École des Ponts ParisTech. Car la finalité de l’école, que ce soit en termes d’enseignement, de formation ou de recherche, est bien de contribuer à cette construction à travers les ingénieurs que nous formons et qui interviennent dans tous les champs disciplinaires ou interdisciplinaires. Construire un monde durable pour répondre aux enjeux des transitions qu’il engendre, mais aussi en rappel à l’histoire de l’école qui lie depuis longtemps ses compétences traditionnelles en sciences et technologies (génie civil, mécanique, mathématiques…) avec les SHS. Et pour cela, nous menons un vrai travail d’identification du référentiel de compétences nécessaires afin d’armer nos futurs diplômés à être en capacité d’adresser les défis de demain, au premier rang desquels figure le développement durable.

Responsabiliser

Lorsqu’on analyse les travaux et publications de nos 12 laboratoires, on constate que 100 % d’entre eux adressent au moins neuf des ODD, dont le premier est la lutte contre le changement climatique. Un axe de développement sur lequel l’école a un vrai temps d’avance. Depuis 10 ans, le développement durable est en effet au cœur de nos enjeux. En termes de formation, en plus des quelques soixante modules qui y sont consacrés dans le cursus ingénieur, nous avons par exemple ouvert le Master Transition énergétique et territoires, un MS autour du management de projets d’énergie et une 3e année du département Sciences économiques Gestion Finance sur la finance verte. Responsabiliser aussi, en écho à notre mission de formation de ces hauts fonctionnaires que sont les ingénieurs du Corps (ingénieurs des ponts, des eaux et des forêts). L’école est d’ailleurs en charge de coordonner l’élaboration du volet Transition écologique du tronc commun du nouveau cursus de formation des hauts fonctionnaires.

Innover

Nous innovons d’abord grâce à un continuum entre recherche amont et recherche appliquée. Ce qui nous permet de mettre en œuvre des transferts avec nos partenaires socioéconomiques, comme l’illustrent par exemple notre laboratoire commun avec EDF ou nos trois plateformes expérimentales de co-innovation. Nous favorisons aussi l’innovation en accompagnant nos étudiants à travers des enseignements spécifiques, mais également un dispositif de pré-incubation et des places réservées à Station F grâce à l’association des alumni et notre Fondation, toujours très impliquées à nos côtés.

Rayonner

Plus d’un tiers de nos élèves du cursus ingénieur sont internationaux et nous avons noué plus de 40 accords (double-diplômes, formations agréées…) avec des universités de premier plan. Nous sommes aussi partie prenante de l’alliance EELISA, une université européenne visant à délivrer un diplôme d’ingénieur inspiré du modèle « à la française », sur la ville durable et l’industrie du futur. Un projet très ambitieux qui permet bien sûr à l’école d’accroître sa visibilité internationale, mais aussi de participer au rayonnement de l’Europe, de l’enseignement supérieur français et européen. Un rayonnement qui s’illustre aussi dans notre capacité à transférer ou partager nos compétences à l’étranger, via notre partenariat avec l’Université Mohammed VI Polytechnique (UM6P) pour former des cadres à l’action publique ou celui avec l’Institut National Polytechnique Houphouët-Boigny pour développer un mastère professionnel sur les transports et l’aménagement urbains financé par la Banque mondiale.

S’adapter

Dès le début de la crise il a fallu s’adapter et l’école a su se mettre en ordre de marche pour assurer la continuité de ses activités d’enseignement et de recherche et ne pas mettre ses grands chantiers entre parenthèses. Parmi eux : le développement de notre partenariat stratégique avec l’Institut Polytechnique de Paris en recherche interdisciplinaire comme Energy4Climate, ou la poursuite de l’évolution des cursus, le chantier de mutualisation de certaines formations avec les écoles d’IPParis, une plus grande implication de la recherche dans l’enseignement… Aujourd’hui, nous capitalisons sur cette force et cette résilience dont nous avons fait preuve pour continuer à transformer l’école et accompagner chacun de nos élèves pour qu’il / elle tire le meilleur parti de son expérience à l’école et trouve sa voie.


© Anne-Claude Barbier

©Thierry Lewenberg-Sturm

Comment une communauté comme celle des ingénieurs peut se mobiliser avec les écoles pour prendre les défis du monde à bras le corps ? C'est la question que se pose Michel Kahan (Ecole des Ponts ParisTech 91, PhD 96), Président de Setec, un des plus grands groupes d'ingénierie pluridisciplinaire français. Par Léa Benhadouche

« Ingénieurs et citoyens : le slogan de Setec n'est pas anodin ! »

Le métier d'ingénieur : hier, aujourd'hui et demain ?

Si l'ingénierie consiste toujours à concevoir et à mettre en œuvre des projets de A à Z, la profession évolue. Alors que nous faisions des calculs et des plans sur papier, nous développons aujourd'hui de nouvelles technologies, de nouveaux usages, de nouvelles méthodes scientifiques pour répondre aux grandes transitions de notre monde.

Quelles sont ces grandes transitions ?

Elles sont d'abord impulsées par l'urgence climatique : il s'agit de limiter les gaz à effet de serre par une construction et une mobilité bas carbone et de préserver au mieux les ressources. Setec vient de publier un manifeste pour la construction bas carbone et développe des outils de conception adaptés. D'autres manifestes suivront sur la mobilité décarbonée, les énergies durables ou la résilience des territoires qui sont autant de sujets auxquels les jeunes générations doivent s'attaquer.

C'est une invitation que vous lancez à l'attention des étudiants ?

C'est une invitation que nous leur avons lancée lors du Meet'ingé 2019. Au cours de cet évènement où Syntec-Ingénierie présentait sa Charte pour le Climat, les étudiants nous ont mis face à nos responsabilités liées au dérèglement climatique. Nous sommes d'accord avec eux. Mais, comment transformer le monde s'ils ne viennent pas chez nous, pour œuvrer avec leur passion et notre expertise sur des projets qui font sens ?

Setec s'engage à leurs côtés ?

Notre mission première est justement d'accompagner les grandes transitions en France et à l'étranger. Ingénieurs et citoyens : le slogan de Setec n'est pas anodin ! « Ingénieurs » pour porter des solutions durables et « citoyens » pour avoir voix au chapitre des grandes transitions. Nous faisons confiance à nos collaborateurs. Nous leur laissons la liberté d'oser et d'innover. Nous recrutons tous les talents qui ont envie d'apprendre, de s'exprimer, de prendre des responsabilités, de découvrir le monde et les autres.

Raison pour laquelle vous avez-vous-même rejoint le groupe ?

J'ai rejoint le groupe Setec en 2005 parce que sa marque de fabrique est l'expertise et sa capacité à conduire de grands projets et des ouvrages complexes : le tunnel sous la Manche, le Viaduc de Millau, la nouvelle ligne à grande vitesse reliant Londres et Birmingham, la Fondation Louis Vuitton, la Bourse de Commerce, le Grand Paris Express… Cette réputation technique m'a attiré. J'apprécie aussi son approche humaine unique et son fonctionnement atypique. Depuis sa création par deux ingénieurs des Ponts, le groupe, réparti en différentes sociétés indépendantes, au plus proche de leur client et de leur métier, appartient toujours à ses collaborateurs qui partagent des valeurs d'excellence, d'engagement et d'intégrité.

Entre l'Ecole des Ponts ParisTech et Setec, c'est donc une histoire d'amour depuis le début !

Nous partageons les mêmes ambitions que l'école. Sa Directrice Générale, Sophie Mougard, est d'ailleurs intervenue dans les colonnes de notre magazine interne pour parler de ces grandes transitions. Nous cultivons les talents de façon complémentaire. L'Ecole des Ponts ParisTech leur apporte une base académique, Setec leur donne les clés pour trouver des solutions intelligentes sur le terrain. A travers notre partenariat, nombre de collaborateurs de Setec (moi compris, il n'y a pas si longtemps) enseignent à l'école.

Et qu'appréciez-vous lorsque vous y étiez étudiant ?

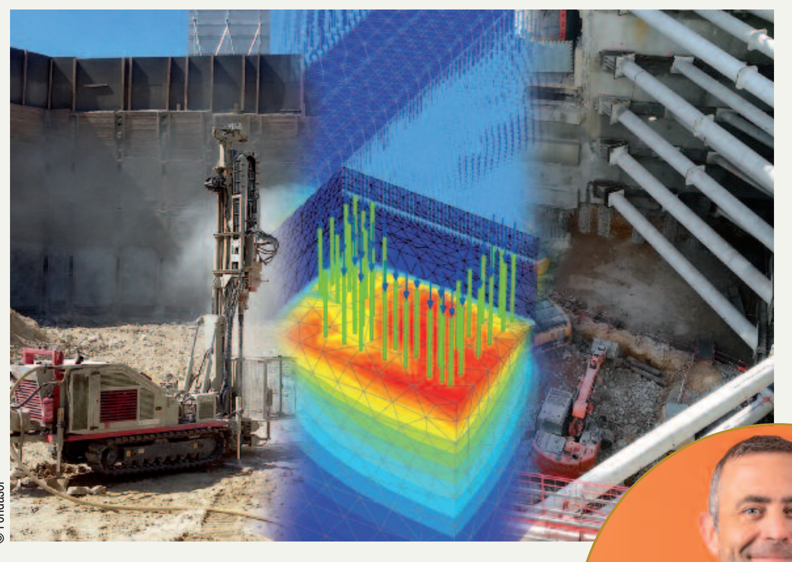
La grande liberté de choix que nous avions. Cette école à taille humaine aide ses étudiants à réaliser leurs ambitions. Comme Setec, elle privilégie la qualité à la quantité. J'ai ainsi pu me spécialiser dans le génie civil car je voulais laisser une trace utile, intelligente et élégante dans le paysage. Aujourd'hui je rajoute respectueuse de l'environnement. J'avais envie de construire… et je l'ai fait !

CHIFFRES-CLÉS

3 000 collaborateurs dans le monde / **330** millions €
de CA en 2020 (dont **25 %** en dehors de France) / **40** sociétés
Présence dans **20** pays / **35 %** de femmes et **65 %** d'hommes
250 stagiaires et **60** alternants par an

JOANA.LOPES@SETEC.COM

Construisez l'avenir avec le groupe Fondasol



© Fondasol

Qui a dit qu'un bureau d'études n'était pas un lieu d'innovation ? Halte aux idées reçues avec Antoine Rougier (Ecole des Ponts ParisTech 97), Directeur des Opérations du groupe Fondasol, une entreprise à taille humaine détenue majoritairement par ses salariés, qui recrute 70 postes partout en France.

Par Aurélie Nicolas

© Corine Brisbois

Comment présenter le groupe Fondasol ?

Le groupe Fondasol est un bureau d'études spécialisé en ingénierie. Initialement concentré sur la géotechnique, le groupe s'est développé et compte aujourd'hui une quinzaine de spécialités. Notre approche est globale : géotechnique, géophysique, topographie, hydrogéologie, environnement, infrastructures, modélisation… Nous travaillons essentiellement avec les maîtres d'ouvrage (grands comptes industriels, promoteurs immobiliers, entreprises publiques, particuliers…). De la maison individuelle au Viaduc de Millau, nous n'avons pas de limite !

Quelle place tient l'innovation dans votre stratégie de développement ?

Une place résolument centrale. Nous innovons dans le but de travailler différemment demain : faire mieux avec moins. Pour atteindre cette frugalité nécessaire, nous sommes en pleine transformation digitale. Cela passe par l'usage de tablettes numériques sur les chantiers et par le développement d'outils de calculs en interne. Nous travaillons également sur le BIM et la maquette numérique, notamment grâce à des relevés 3D de masse issus de « street mapper » et à des outils de scannérisation statique et dynamique. En parallèle, nous nous sommes lancés dans un vaste projet de collecte et de valorisation de nos données historiques, qui deviendra rapidement un outil d'aide à la décision à disposition de nos ingénieurs, mais aussi de nos clients. Enfin, notre service R&D développe un prototype de foreuse électrique autonome avec une technologie pensée pour remplacer les moteurs hydrauliques ou thermiques. L'idée est de réduire à la fois notre empreinte carbone sur les chantiers et les nuisances sonores pour les collaborateurs et les riverains. La géotechnique est une discipline confidentielle, notre défi est justement d'être le fer de lance des majors du marché, pour pousser l'innovation vers le haut.

Entré jeune ingénieur chez Fondasol, vous en êtes, 23 ans après, Directeur des Opérations. Racontez-nous !

Je me suis tout de suite senti bien dans cette entreprise, et j'ai eu la chance d'y évoluer rapidement. Après seulement un an et demi, j'étais nommé chef d'agence ! Fondasol est un groupe qui laisse sa chance aux jeunes et qui valorise plus les compétences que l'ancienneté. Ici, pas besoin de faire de politique pour trouver sa place. 60 % des actionnaires sont des salariés, un signe fort d'engagement ! J'apprécie d'être dans une entreprise à taille humaine, qui place l'Homme au centre de ses décisions. C'est un choix que j'ai fait dès la fin de mes études, contrairement à nombre de mes camarades qui partaient dans de grands groupes. Et je ne l'ai jamais regretté jusqu'à aujourd'hui !



Pourquoi avez-vous besoin des jeunes dip' pour bousculer votre entreprise ?

Fondasol a près de 60 ans d'existence : nous avons besoin de jeunes talents pour accélérer la transformation de nos métiers dans chacun de nos quinze domaines d'expertise. Nous recherchons des ingénieurs géotechniciens bien sûr, mais nous intégrons également des nouveaux métiers : chef de projet transformation numérique, data-scientist, spécialiste du BIM… ainsi que des fonctions transverses : juridique, communication, commercial… Au total, 70 postes sont à pourvoir sur l'ensemble de nos 35 sites en France et dans le monde, et à notre siège en Avignon.

L'Ecole des Ponts ParisTech pour moi c'est…

D'excellents souvenirs avec ma petite promo (nous étions 90 à l'époque) dans les locaux de la rue des Saints Pères. La formation technique très solide m'a permis ensuite d'aborder tous les sujets avec sérénité : j'ai appris qu'aucun problème n'est insurmontable. Et je suis très fier d'avoir organisé l'intégration des 1e années !

#ConseilDePro

Restez toujours curieux et humbles, car quel que soit votre parcours académique, vous aurez besoin des autres. Et gardez toujours à l'esprit l'importance du relationnel et du service client, qui ne s'apprennent pas à l'école.

CHIFFRES-CLÉS

CA : **80** millions € / **800** collaborateurs / **14 000** projets/an
60 % d'actionnariat salarié / **5 %** du CA investi dans la formation

DRH@FONDASOL.FR

Avec 2 000 personnes, trois centres en France (dont un sur le plateau de Paris-Saclay), et six à l'international, le pôle Recherche et Développement d'EDF a de quoi séduire les jeunes ingénieur(e)s. Et particulièrement ceux de l'Ecole des Ponts ParisTech ! Une école chère à **Bernard Salha,** Directeur Technique Groupe & Directeur de la R&D du Groupe, dont il est diplômé (86) et avec laquelle ses équipes sont en étroite collaboration. Interview. Par Marine Delcros

Mettez toute votre énergie dans la recherche chez EDF


©EDF



©EDF – Claire-Lise Havet
Le ConnexLab – EDF Lab Paris-Saclay

L'actualité du moment à connaitre sur EDF ?

Notre raison d'être, inscrite dans les statuts de l'entreprise en mai dernier : « Construire un avenir énergétique neutre en CO2 conciliant préservation de la planète, bien-être et développement grâce à l'électricité et à des solutions et services innovants. »

L'enjeu ?

Atteindre la neutralité carbone en 2050 en développant des solutions électriques performantes au service de l'habitat, des villes et des territoires (transports, industrie, agriculture), mais aussi en utilisant l'hydrogène produit par électrolyse comme vecteur énergétique. Pour relever ce défi, à la R&D, nous travaillons sur quatre grands axes de recherche identifiés dans notre plan scientifique : permettre à nos clients de décarboner leurs activités, produire une électricité décarbonée performante en alliant nucléaire et énergies renouvelables, intégrer plus de flexibilité dans nos réseaux, et développer le numérique pour accélérer les transitions.

Le projet qui fait vibrer votre âme d'ingénieur cette année ?

Le projet de Small Modular Reactor (SMR), petit réacteur modulaire, qui a émergé dans nos équipes il y a quelques années et qui est en train de passer en phase d'industrialisation.

Le principe : réaliser des petits réacteurs nucléaires d'une puissance de l'ordre de 150 mégawatts et les fabriquer en série sur un modèle identique et en grand nombre. Jusqu'à présent, l'histoire du nucléaire civil a plutôt été marquée par la construction de gros réacteurs. En faisant plus petit, on fait plus simple, plus facile aussi à réaliser et on crée un effet structurel de qualité du fait de la répétition des gestes de réalisation. Ces réacteurs répondront également aux meilleurs standards mondiaux en matière de sûreté et ouvrent de nouvelles perspectives à l'international.

CHIFFRES-CLÉS R&D D'EDF

Plus de **1 800** salariés en France et **225** hors de France au sein de **9** centres de recherche / Plus de **300** partenariats académiques et industriels
518 millions € de budget

Votre relation avec l'Ecole des Ponts ParisTech aujourd'hui ?

Depuis plusieurs années, nous avons établi un partenariat stratégique avec l'école des Ponts. Nos chercheurs travaillent en étroite collaboration avec les 12 laboratoires de recherche de l'ENPC qui recouvrent tous nos domaines de compétences en matière de transition énergétique, numérique et environnementale. Depuis plusieurs années nous développons des projets scientifiques à forts enjeux à travers deux laboratoires communs : le CEREA (Centre d'enseignement et de recherche en environnement atmosphérique) et le LHSV (Laboratoire Hydraulique Saint-Venant). C'est une relation gagnant-gagnant : les Ponts participent à un certain nombre de nos travaux et nous, nous bénéficions grâce à l'école, de l'état le plus avancé de la science sur ces sujets. Un certain nombre de nos salariés y enseignent aussi et je suis moi-même membre du conseil scientifique.

Pourquoi un jeune diplômé de l'Ecole des Ponts ParisTech doit-il postuler chez EDF ?

Atteindre la neutralité carbone en 30 ans nécessite de relever des défis tant technologiques que sociétaux. Pour ce faire nous avons besoin de compétences scientifiques et techniques de pointe dans de très nombreux domaines. En rejoignant EDF, un jeune diplômé participera à cette aventure et fera du Groupe, un acteur de proximité au service de ses clients, producteur d'une énergie respectueuse du climat et accompagnera la transition énergétique dans le monde. Et n'oublions pas que tous les sujets techniques qui font la base de l'enseignement des Ponts sont également au cœur de nos métiers : hydraulique, génie civil, mécanique, sciences économiques et sociales, numérique, etc.

#JobBoard



Rejoignez une vraie culture d'entreprise !
Au sein de la R&D, EDF recrute entre 60 et 70 nouveaux collaborateurs/rices par an, sur tous les champs de compétences mentionnés précédemment.

WWW.EDF.FR/EDF-RECRUTE
COMMUNICATION-RD@EDF.FR


© ENGIE

ENGIE neutre en carbone mais riche en opportunités !

Vous souhaitez contribuer activement au monde de demain ? ENGIE va vous en donner les moyens ! Éclairage avec Frédéric Claux (École des Ponts ParisTech 86), CEO GCC & Pakistan d'ENGIE. Par Violaine Cherrier

Vous êtes localisé à Dubaï. Quels sont vos principaux enjeux ?

Le groupe a récemment annoncé son ambition d'être neutre en carbone en 2045. Au Moyen Orient, région entièrement tournée vers le gaz et le pétrole, le défi est de taille ! Mon rôle est donc de promouvoir cette culture de la décarbonisation et de l'efficacité énergétique. À nous d'aider ces pays à se diversifier et à favoriser leur transition vers une économie moins gourmande en pétrole et en CO_2.

Sur quels leviers comptez-vous vous appuyer pour y parvenir ?

Ils sont nombreux mais le premier repose sur la diversité. ENGIE compte plus de 40 nationalités au Moyen Orient. Mes collaborateurs sont émiratis, saoudiens, indiens, jordaniens, français… Une fois les barrières culturelles dépassées, la richesse que l'on en retire est telle qu'elle nous permet de relever tous les enjeux. Notre prochain défi : atteindre la parité managériale en 2030.

L'international fait donc partie intégrante d'une carrière dans l'énergie ?

L'international permet de relativiser ce que vous avez pu apprendre et vous donne une certaine distance vis-à-vis de cadres culturels très différents. D'un point de vue plus personnel, les expériences à l'international ont toujours été un moteur. Ce qui m'attirait dans ce secteur, c'était de fournir des services essentiels, énergie et eau, au plus grand nombre.

Le globetrotter de l'ingénierie

Hong Kong, Australie, Argentine, Dubaï,… Frédéric Claux n'a de cesse de parcourir le monde. Le projet dont il est le plus fier ? « Quand je travaillais chez Suez en Argentine, nous avons étendu des concessions d'eau aux quartiers défavorisés de Buenos Aires. C'était une aventure hors du commun. Au Moyen Orient, ENGIE est le premier fournisseur privé d'électricité et eau, une position bâtie au fil des années que beaucoup nous envient. Depuis 2017, nous accompagnons avec succès Tabreed, le numéro 1 des réseaux de froid, dans son développement régional. Dans ce secteur, on ne s'ennuie jamais ! »

Des opportunités à proposer aux jeunes dip' ?

Chez ENGIE, il y en a plein, avec pour dénominateur commun : la transition énergétique ! Après une première expérience en France, vous pourrez plus facilement partir à l'international. Les métiers autour des énergies renouvelables notamment vous offrent de très belles perspectives de carrière, mais n'oubliez pas pour autant le thermique, qui complète parfaitement ces énergies « intermittentes ». Nous sommes aussi très présents dans les activités de réseau (stockage, distribution, transport, etc.) et les mobilités vertes. Il ne vous reste plus qu'à faire votre choix.

Quelle place pour ces jeunes talents dans cette transition ?

Ils ont une vision du monde différente, donc à eux d'apporter leur contribution. Et la période actuelle est très motivante. ENGIE a inscrit la décarbonation dans sa raison d'être. Mon rôle est de savoir les écouter et d'accepter leur propre compréhension des choses. La première règle du manager est de prendre les décisions mais après avoir pris le temps d'écouter tout le monde.

Un dernier conseil ?

Il est parfois difficile de faire son choix en sortant de l'école. Donc essayez de varier les expériences, en France comme à l'international, pour trouver l'activité qui vous convient le mieux. Laissez-vous le temps de trouver ce moteur et cette énergie qui vont vous pousser tout au long de votre carrière. Ne vous laissez pas porter par des idées toutes faites. Chacun doit trouver sa voie.

Mon souvenir des Ponts

« Le sport a occupé une place importante, en particulier le rugby dont j'ai gardé d'excellents amis. Je garde aussi le souvenir de quelques rencontres déterminantes, comme Bernard Hirsch le directeur de l'école au début des années 80. Mais mon meilleur souvenir reste le stage terrain que nous avions fait en 1re année. Nous avions effectué 15 jours de formation dans le sud de la France pour être initiés, en petits groupes, à l'urbanisme, à la géologie… Nous avions notamment visité la Cité Radieuse de Marseille. C'est une très bonne façon, très collégiale, de commencer sa 1ère année d'études. »



© ENGIE

FREDERIC.CLAUX@ENGIE.COM

La rentrée 2021 de **l'ENS - PSL** en quatre actus

Ecole élitiste ? Plutôt école des élites ! L'Ecole Normale Supérieure - PSL (ENS - PSL) ambitionne en effet de réunir des talents venus de tous les milieux et origines pour répondre aux grands défis du monde grâce à une recherche d'excellence, interdisciplinaire et résolument contemporaine. Les quatre actus de la rentrée 2021 de l'ENS - PSL à retenir. Par Clarisse Watine

Au top des classements mondiaux

L'École Normale Supérieure - PSL est l'un des membres fondateur et établissement de l'Université PSL. A ce titre, elle partage ses rankings internationaux : 38e du classement de Shanghai 2021, 46e du classement THE des universités 2021, 53e du QS 2020. Elle fait partie du Top 5 du classement mondial des universités de moins de 50 ans (THE & QS) 2018, 2019, 2020 et se place 88e mondiale et 1ère française du classement de Leiden 2020.

Au service des défis post-Covid

De fait, l'ENS - PSL est le creuset idéal pour penser le monde d'après. Son programme Médecine - Humanités qui propose à des étudiants en médecine d'étudier la littérature, la sociologie et l'éthique s'avère ainsi être un véritable atout pour prendre de la hauteur sur la gestion et les conséquences de la crise Covid.

ENS et informatique, ça matche !

Convaincues de l'importance et du rôle stratégique du développement de l'informatique dans l'enseignement supérieur et la recherche, les ENS se réjouissent de la création d'une filière de CPGE accueillant des candidats motivés par l'informatique. Elles réaffirment leur souhait de laisser toute leur place aux étudiants issus de cette nouvelle filière MPI dans leurs recrutements de Normaliens-étudiants et leur concours Informatique. Un concours qui devrait d'ailleurs évoluer dès 2023 avec l'ambition de recruter 50 % de candidats issus des classes MPI.

Les chercheurs de l'ENS vous éclairent sur Youtube

Intelligence artificielle, climat, migrations, pandémie : à quelles urgences les Humanités peuvent-elles vraiment répondre ? Les chercheurs et experts de l'ENS – PSL y répondent dans des capsules vidéo inédites, sur la chaine YouTube de l'école.



EDF Chine à la pointe du défi climatique

La lutte contre le changement climatique est, on le sait, LE défi majeur que doit aujourd'hui relever l'Humanité. Leader mondial de l'énergie, déjà investi dans le bas carbone à plus de 90 %, EDF est devenue un acteur clé de ce combat porté aux quatre coins de la planète. En Chine notamment, nation aussi ambitieuse qu'entreprenante sur le sujet. D'où les formidables opportunités et défis qu'y rencontrent les équipes de Fabrice Fourcade (ENS-PSL 92), Délégué Général d'EDF en Chine. Par Jérôme Bourgine

©TNPJVC



EDF en Chine : une présence qui sonne comme une évidence ?

La Chine s'est donnée une ambition environnementale forte : atteindre son pic carbone en 2030 pour réaliser la neutralité en 2060. Ce pays, immense, se trouve par ailleurs être à la pointe dans bien des domaines : aujourd'hui, une voiture électrique sur deux est chinoise par exemple. Quant au groupe EDF, il est fortement engagé dans la lutte contre le changement climatique. Avec une production exclusivement orientée sur les énergies bas-carbone. Deux ambitions qui ont tout naturellement convergé.

Qu'est-ce qui vous a le plus marqué au cours des cinq années de cette aventure ?

Professionnellement, cette aventure se révèle extrêmement enrichissante du fait que, sur un périmètre à taille humaine, EDF Chine développe pratiquement tous les métiers du groupe. Et des métiers, il y en a ! Une diversité prenant place dans un cadre effervescent, aussi riche en concurrence qu'en opportunités. Et puis, d'un point de vue plus personnel, il y a, au-delà des images d'Epinal, la découverte en profondeur de ce pays d'une richesse considérable.

Comment expliquer qu'EDF prévoit de tripler son activité à l'international dans les dix années à venir ?

La croissance se situe aujourd'hui souvent hors d'Europe. Continent où nous sommes déjà n°1 dans plusieurs pays. Difficile donc d'y croitre rapidement. Tandis qu'à l'international... même si la concurrence est rude, le différentiel de croissance potentielle demeure important et les opportunités nombreuses. D'où la prévision d'activité multipliée par trois...

Est-ce un gage pour les jeunes talents voyageurs de vivre l'aventure « expat » à laquelle ils aspirent ?

Définitivement. Le groupe propose des parcours professionnels faits d'opportunités, aussi variés sur le plan technique/métier que dans leur dimensions culturelle et géographique.

EDF est donc groupe en adéquation avec les préoccupations et valeurs des jeunes générations ?

Il me semble que la lutte contre le changement climatique est une préoccupation majeure - sinon LA préoccupation - des jeunes d'aujourd'hui. Or EDF, qui ne travaille plus désormais que sur les énergies bas carbone, a fait de ce combat sa raison d'être. Le défi à relever est de taille, mais il offre des possibilités uniques. Travailler pour une entreprise qui incarne nos valeurs personnelles me semble quelque chose d'important. Or, de ce côté, EDF est à l'œuvre sur des chantiers qui sont à la pointe de l'innovation, vous donnant ainsi les moyens d'être un véritable acteur du changement.

Votre exemple personnel illustre d'ailleurs bien la capacité du groupe à prendre soin de ses collaborateurs et à les faire évoluer ?

EDF est un groupe qui capitalise beaucoup sur ses collaborateurs et ceux-ci, en retour, font preuve d'un engagement très important. On entre encore chez EDF pour de longues, voire de très longues, carrières, tant le groupe a à cœur de vous proposer des parcours et une mobilité qui vous font grandir et préservent votre employabilité. J'en suis, de fait, une illustration : ingénierie, R&D, stratégie, commerce, projets, management... Cette expérience très diversifiée est aujourd'hui devenue précieuse au poste que j'occupe : peu de nos métiers me demeurent étrangers.

90 % des étudiants en mission chez vous vous recommandent : pourquoi ?

Avant tout, travailler chez EDF a du sens : on y travaille autour de valeurs fortes, comme l'avenir de la planète ou le respect des personnes. Dans notre pays, la notion de service public reste également une référence forte et noble. Côté carrière enfin, le groupe est aussi intrépide et innovant que sécurisant. Et pas que techniquement. Notre direction financière est sans doute une des plus passionnantes parmi celles des grands groupes. Sans parler de notre département juridique ! Enfin, EDF reste une grande famille : les liens noués y sont forts et l'ambiance excellente.

Premier projet éolien en mer sino-étranger, le parc de Dongtai est détenu par EDF et son partenaire chinois CEI.© CEI

Dans quels domaines et sur quels métiers recherchez-vous du sang neuf ?

Nos besoins en recrutement sont significatifs et les challenges techniques à relever de tous ordres : énergies renouvelables, prolonger la durée de vie du parc nucléaire, nouveau nucléaire, services énergétiques, etc. En 2021, ce sont 8 000 nouveaux collaborateurs qui vont intégrer le Groupe en CDI pour répondre aux besoins en compétences industrielles techniques et numériques. En Chine bien sûr, mais également un peu partout dans le monde, des chantiers d'envergure attendent les jeunes diplômés en soif d'aventure. Imaginez par exemple les défis proposés par l'éolien off-shore, ces mâts immenses qu'il faut dresser en pleine mer.

Passer par la case EDF en début de parcours : un bon choix stratégique pour un jeune talent indécis ?

Absolument et pour trois raisons :

1) EDF est positionné sur un secteur et des métiers d'avenir.

2) EDF reste l'un des groupes les plus technos qui soit. Sa R&D est considérable et la recherche est une voie idéale pour se former.

3) Le groupe est, à juste titre, réputé pour son atmosphère, ses RH, son innovation.

Autre préoccupation prioritaire des jeunes diplômés : continuer d'apprendre pour renforcer son employabilité. Frappent-ils à la bonne porte ?

Non seulement les employés d'EDF jouissent d'un temps de formation supérieur à la moyenne, mais les formations entreprises y sont réellement significatives. Je parlais des RH. Leur souci authentique est de vous aider à évoluer et à développer votre employabilité. En vous offrant pour cela un accompagnement sur mesure, tout au long de votre parcours professionnel.

Quel type de management pratiquez-vous et essayez-vous de transmettre ?

EDF vient justement de revoir son modèle de leadership et je dois dire que je me retrouve vraiment dans les valeurs retenues. Trois valeurs aussi fondamentales qu'adaptées à l'époque : l'authenticité, l'engagement et l'ouverture. L'authenticité, parce que l'on ne saurait être un bon manager sans être soi-même, authentique donc. L'engagement, parce que l'on n'a rien sans rien et que travailler avec passion se révèle, au final, extrêmement enrichissant. L'ouverture enfin, parce qu'au-delà de l'enrichissement qu'apporte cette attitude, elle est devenue indispensable dans un monde qui évolue aussi vite.

Au final, trois mots pour définir EDF ?

- L'**innovation,** au cœur de notre ADN depuis plus de 70 ans.
- Un **engagement** total et constant. Celui de l'entreprise (social, sociétal, technique), comme celui des collaborateurs : EDF n'étant jamais meilleure que lorsqu'il s'agit de faire face à l'adversité.
- **Bas carbone.** Nous sommes de ce côté très en avance. 90 % de notre électricité est déjà produite sans carbone. Tous nos actifs charbons seront cédés d'ici 2030 et nous atteindrons la neutralité carbone en 2050. En un mot : notre mix énergétique n'est plus à améliorer : il est propre. Il nous faut juste l'étendre... ailleurs !

Que reste-t-il de votre passage à l'ENS-PSL ?

L'esprit scientifique qui souffle à l'ENS vous apporte une réelle liberté de pensée, de penser juste, et représente donc un vade-mecum précieux, tant personnellement que professionnellement. Et puis la formation d'exception que l'on y reçoit vous fournit un socle de compréhension quasi universel, quel que soit le sujet ou l'horizon. Il fonctionne même ici, à l'autre bout du monde !

CHIFFRES-CLÉS

Groupe EDF

CA 2021 : **69** milliards €

165 200 collaborateurs dans le monde

EDF en Chine

3 650 mégawatts de puissances installées pour la production d'électricité

400 collaborateurs



La centrale nucléaire EPR de Taishan, construite et exploitée par EDF et son partenaire chinois CGN, a été mise en service en 2018.© TNPJVC

EDFCHINA-COMMUNICATION@EDF.FR


© BRGM

Vous souhaitez agir en faveur d'un développement plus durable ? Le Bureau de recherches géologiques et minières (BRGM) vous en donnera l'occasion. Entretien avec **Christophe Poinssot (ENS-PSL 95),** Directeur Général Délégué et Directeur scientifique du BRGM. Par Violaine Cherrier

Le BRGM engagé pour un monde plus durable !

© BRGM

En quoi le BRGM est-il un acteur de son temps ?

Bien que créé en en 1959, l'établissement a vu ses missions évoluer pour répondre aux besoins de la société française. Outre son rôle de service géologique national, le BRGM est dorénavant en charge de développer les connaissances et de répondre aux besoins des pouvoirs publics et des acteurs économiques sur quatre enjeux majeurs : l'approvisionnement en ressources minérales tant à partir des ressources du sous-sol (mines) que du recyclage (économie circulaire) le suivi et la gestion raisonnée des ressources en eau souterraine le rôle du sous-sol dans la transition énergétique (géothermie, stockage de gaz ou de chaleur…) l'anticipation et la résilience des territoires face aux risques naturels, dont le changement climatique et leurs conséquences industrielles.

« **C'est en travaillant sur des sujets qui vous passionnent** que vous serez les plus à même de comprendre et transformer le monde qui nous entoure »

Comment appréhendez-vous votre rôle auprès de la société ?

Le BRGM a un positionnement très spécifique, puisqu'il est à la fois un organisme de recherche et un établissement d'expertise en soutien aux pouvoirs publics, aux partenaires industriels et plus généralement à la société civile. Ce double rôle est permis par un positionnement sur toute la chaîne de valeur de la recherche, avec un accent particulier mis sur le développement de modèles prédictifs, et nous place en position idéale pour faciliter le dialogue entre la science et la société. Nous avons par exemple mis l'ensemble de nos données à disposition des acteurs économiques, politiques et des citoyens via notre site infoterre.

HTTPS://BRGM-RECRUTE.TALENT-SOFT.COM/

En quoi le BRGM est-il un environnement idéal pour les jeunes dip' ?

Il me semble que beaucoup de jeunes talents sont aujourd'hui demandeurs de sens et d'engagement dans leur vie professionnelle. Le BRGM peut leur donner cette possibilité en étant en prise directe avec les grands enjeux de notre société, et en étant en interface avec les pouvoirs publics comme les acteurs économiques. La taille humaine de notre établissement permet aussi à nos différents collaborateurs d'être rapidement en situation de piloter des projets scientifiques motivants.

Le BRGM recrute !



Plus d'une centaine de postes en CDI ou CDD, tous niveaux et tous profils confondus, sont ouverts chaque année, en France mais aussi à l'international. « Par votre action, vous déterminerez le monde dans lequel nous vivrons demain. Votre passion et votre engagement en faveur des enjeux de société sont notre plus grande chance. »

C'est quoi le profil du jeune talent BRGM ?

Notre établissement est majoritairement composé de cadres et d'ingénieurs-chercheurs, couvrant les domaines de la géologie, de la physique et de la chimie, des mathématiques, mais également de l'économie et des sciences humaines et sociales ! Les découvertes et innovations scientifiques ont dorénavant lieu aux frontières entre les disciplines et par l'hybridation des savoirs. J'attends donc des jeunes qu'ils aient la curiosité de sortir des référentiels établis de pensée et de se confronter à des approches différentes. Ils doivent ainsi être capables de développer une vision globale. C'est leur capacité à travailler en équipe interdisciplinaire qui leur permettra de profiter pleinement de la multiplicité et richesse des questions posées par l'étude de notre globe.

La différence selon l'ENS

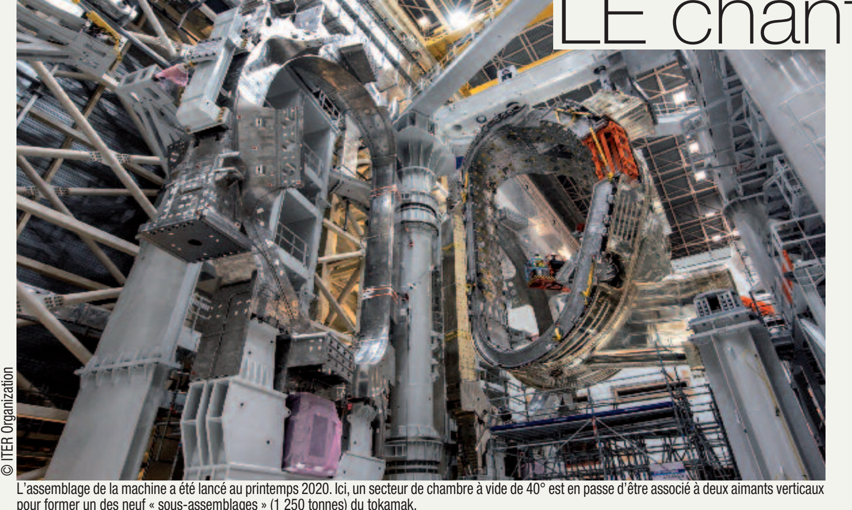
« Une des principales forces de l'ENS, c'est sa formation à la transdisciplinarité qui vous octroie une approche multiculturelle des problèmes et une grande capacité d'adaptation. J'en suis un bon exemple : spécialiste des sciences de la terre, j'ai travaillé pendant 25 ans au CEA dans le domaine de la chimie nucléaire, avant de rejoindre quelques années la diplomatie puis d'intégrer de retrouver les sciences de la terre au BRGM. Par la diversité de sa formation, l'Ecole Normale permet de rebondir assez facilement. »

ITER est le projet international visant à rendre effective la fusion nucléaire : 20 ans de construction, 20 ans d'exploitation, 20 milliards d'euros investis et des milliers de chercheurs et ingénieurs de tous pays impliqués. « On a vraiment l'impression de conquérir la Lune ! » s'enthousiasme **Alain Bécoulet (ENS-PSL 87),** son Head of Engineering Domain.

Par Jérôme Bourgine



ITER Organization
LE chantier du siècle !



© ITER Organization

L'assemblage de la machine a été lancé au printemps 2020. Ici, un secteur de chambre à vide de 40° est en passe d'être associé à deux aimants verticaux pour former un des neuf « sous-assemblages » (1 250 tonnes) du tokamak.

Quel sentiment éprouvez-vous à œuvrer à une collaboration internationale (l'Europe + six grands pays) telle que la vôtre ?

L'exaltation de travailler sur un projet prométhéen colossal et... unique. Les mots « recherche » et « collaboration » y prennent tout leur sens. L'ampleur du défi est telle que, depuis plus de 50 ans, un consensus exceptionnel s'est créé : nous partageons tout. La fusion nucléaire étant, de fait, devenue LE sujet de collaboration entre les nations.

Outre la localisation du projet, la France semble jouer un rôle important au sein d'ITER Organization ?

Leader européen du nucléaire, la France a toujours joué un rôle moteur dans ce projet qui a compté plusieurs directeurs français, dont le dernier en date depuis 2015, Bernard Bigot, autre Normalien. Equipes, résultats, proposition (acceptée) d'héberger le site d'exploitation puis, vers 2040, d'opérer sa déconstruction : nous sommes en effet très impliqués.

Quelle est votre tâche et en quoi se révèle-t-elle passionnante ?

Je dirige l'ingénierie, un des quatre volets du projet (Corporate, Ingénierie, Construction, Exploitation), du concept à la fabrication finale. Mais ce qui rend l'affaire si passionnante, c'est qu'il s'agit d'une course de relai, sur plusieurs générations. Lorsque je suis arrivé au CEA, il y a plus de 30 ans, on parlait déjà d'Iter, puis d'autres prendront la suite. Cela crée une ambiance formidable.

Qu'est-ce qui rend ce projet attractif pour de jeunes talents ?

Le défi ! Nous visons la Lune et attaquons une montagne à la petite cuillère, découvrant qu'autour de nous, les autres l'attaquent à la baguette ou autrement selon leur culture. Des milliers de personnes, issues de multiples nations, mêlent leurs manières (très différentes) de travailler. C'est extrêmement enrichissant. Alors me concernant, manager des profils aussi variés : quelle chance ! Si l'on aime coopérer au sein d'une équipe multiculturelle, c'est vraiment l'endroit idéal.

CHIFFRES-CLÉS

20 milliards € investis, **8** sites dans **8** pays dont un site majeur (près de Marseille) occupant plus de **1 000** personnes

Quel attrait supplémentaire à travailler dans une organisation aussi experte qu'internationale ?

Ici, à condition d'apprécier la dimension collective, la seule limite c'est... vous. Vous commencez par la théorie mais rapidement, avec l'expérience, l'envie de vérifier - donc de modéliser - vous vient. Vous choisissez un domaine et on vous donne les moyens d'avancer. Puis vient le temps de la coopération internationale, sur des sujets de plus en plus costauds. Sachant que notre projet est tellement vaste et complexe que la formation à large spectre de nos grandes écoles y constitue un atout certain.

De quel côté cherchez-vous du renfort et dans quelles sont les soft skills requises ?

Tous les domaines de la physique et de la technologie sont concernés. Tous les scientifiques, chercheurs et ingénieurs sont donc bienvenus. D'autant que l'on apprécie le regard « autre ». Côté soft skills : l'envie d'abord, puis l'ouverture, l'écoute, bref : l'adaptabilité.

Que vous reste-t-il de l'enseignement reçu à l'ENS-PSL ?

Dès le premier jour, avant même que l'on nous enseigne quoi que ce soit, nous recevions une leçon essentielle : « Que souhaitez-vous apprendre ? » nous a-t-on demandé en préambule. Nous signifiant ainsi que nous n'étions pas là pour recevoir passivement un savoir, mais bien pour nous prendre en main et apprendre à réfléchir. Une logique de contributeur plutôt que de consommateur de nouveau affirmée avec le travail à fournir pour l'agrégation. Cela m'a profondément marqué.

ALAIN.BECOULET@ITER.ORG



© N.Joubard

Quoi de neuf à **Rennes School of Business ?**

Pour fêter dignement son trentième anniversaire cette année, Rennes School of Business multiplie les projets pour s'imposer comme le challenger des écoles du Top 10 en France d'ici 2023. Mais quelles sont les nouveautés de la business school pour atteindre son objectif ? Le point avec son directeur Thomas Froehlicher.

Propos recueillis par Clarisse Watine

© Rennes School of Business

Rennes School of Business s'est distinguée dans plusieurs classements cette année : on fait le point ?

De nombreux classements français (L'Etudiant, Le Parisien…) nous ont positionnés dans le Top 10 cette année. Le classement du Point nous a même placés 3e derrière HEC Paris et ESCP BS sur l'international. Cette convergence me donne envie d'aller de l'avant. Car, s'ils attestent de la qualité de notre stratégie internationale, ils mettent aussi en avant notre trajectoire sur toutes les dimensions qui font une belle école de management (qualité pédagogique, insertion professionnelle, relations entreprises). Le nombre croissant de nos étudiants en apprentissage (+ 40 % tous les ans depuis 3 ans) est aussi remarqué.

L'international : votre principal atout pour truster le Top 10 ?

Nous avons effectivement su nous renouveler et progresser dans cette dimension internationale qui fait notre ADN : diversification des origines de nos étudiants étrangers, transformations de notre PGE et de notre Bachelor depuis trois ans et de nos MSc à la rentrée 2021 pour accueillir plus d'internationaux… Toujours présents en Chine et en Inde, nous nous positionnons aussi en Asie du Sud-Est, en Amérique du Nord, en Amérique latine et en Afrique. Cette année, nous souhaitons également mettre le turbo sur le recrutement des étudiants en Europe, où nous sommes actuellement surtout présents via des échanges Erasmus. Tous pays confondus, nos recrutements d'internationaux sont en forte hausse *(+ 40 % en juillet 2021 alors que tous les choix n'avaient pas encore été confirmés ndlr).* Autre preuve de notre ancrage international : Rennes School of Business vient d'être reconnue comme un centre de Français langue étrangère.

Et du côté des enseignants-chercheurs ?

Le classement du FT nous positionne 2nde business school européenne en pourcentage de professeurs étrangers, juste derrière Imperial College. Nous cultivons encore cette différence stratégique cette année, avec le recrutement de 13 professeurs (dont un Français et deux post-doctorants) avec un haut degré de seniorité. Une diversité aussi cultivée au niveau local : cette année, une équipe de RSB spécialisée en supply chain collabore avec une équipe de chercheurs d'IMT Atlantique et du laboratoire IRESA dans le cadre d'une chaire de recherche financée par Rennes Métropole.

Que va-t-il se passer dans votre nouveau campus parisien cette année ?

Avec ce campus, l'école souhaite soutenir sa croissance, renforcer sa relation avec les grandes entreprises internationales présentes à Paris et accroître son offre en Executive Education. Avec une grande ambition pour 2023 : que cette dernière représente 10 % de nos ressources. Sans oublier le renforcement de nos relations avec les alumni avec un étage consacré à la Maison des diplômés. Ce campus vise aussi à renforcer encore l'attractivité de la marque de l'école au niveau international avec une connexion et une vraie proximité entre Rennes et Paris. Avec ce campus, nous ne jouons pas la carte des m² mais celle d'un lieu de rencontre intelligent et connecté. Car à Rennes School of Business, on n'est pas une « école de province » mais une école mondiale intégrée dans une région hyper attractive.

Rennes School of Business a 30 ans cette année ! Que peut-on lui souhaiter ?

Que tout le monde comprenne que nos ambitions affichées depuis 2018 sont ou seront atteintes d'ici deux ans. Les domaines d'excellence que nous avons décidé d'investir le sont, nous recrutons des enseignants chercheurs pour renforcer ces pôles et nous avons réussi à emmener plus loin notre internationalisation. Sans oublier l'expérience étudiant, un de nos leitmotiv pour les deux prochaines années. Tout cela alors que notre établissement est très jeune : tous ses fondateurs sont encore présents au Comité de surveillance et tous les alumni sont plus jeunes que moi !

En année de césure à emlyon business school, Paul Ravet et Octave Kleynjans, 24 ans, mouillent le maillot pour faire avancer leur projet ! Depuis janvier 2021, ils ont intégré l'incubateur de leur école de commerce et développent Velhome, leur solution de gardiennage de vélos entre particuliers. Entre son stage, ses excursions à vélo et le développement de Velhome, Paul prend le temps de nous présenter sa startup.

Par Marine Delcros

Avec Velhome, votre vélo est entre de bonnes mains !



Qui n'a jamais craint de se faire voler son vélo stationné dans la rue ? C'est pour faciliter la vie des cyclistes et leur permettre de garer leur vélo l'esprit libre que Paul et Octave ont lancé leur startup Velhome, un système communautaire de gardiennage entre particuliers. « Le but est de sortir le vélo de la rue, là où il est le plus vulnérable grâce à des parkings à vélo sécurisés entre particuliers », présente Paul Ravet. Ce passionné de vélo murissait cette idée depuis quelques temps. « Pendant ma prépa, je me suis pris de passion pour le vélo, c'était ma manière de décompresser, raconte-t-il. Mais je me suis rapidement heurté à la problématique du vol et de la dégradation qui m'a freiné dans mon usage. J'ai réfléchi à une solution qui puisse être mise en place de manière immédiate en ville. »

Une affaire qui roule !

Le fonctionnement est simple : le site internet de Velhome vous offre deux options. Trouver un stationnement ou être un « hôte » et proposer un stationnement dans une cave, un garage, sur une terrasse, dans une cour, un jardin, etc… Une carte interactive recense tous les hôtes et permet ensuite de voir rapidement et simplement qui propose un stationnement et à quel endroit. Velhome s'est d'abord mis en selle à Rouen, d'où est originaire Paul. « C'était plus simple de démarrer dans une ville que l'on connait bien, expose Paul. C'est en plus un très bon territoire d'expérimentation : une ville à taille moyenne avec un bon réseau d'amateurs de vélos. Nous avons fait un sondage et le taux de réponse y était supérieur à la moyenne. » Avant l'été, les associés commençaient à passer à la vitesse supérieure en se développant en France : en Ile-de-France, à Lyon, en Bretagne et même hors de nos frontières, en Belgique par exemple. « C'est une vraie satisfaction de créer quelque chose qui puisse se mettre en place de manière immédiate. La solution commence à bien se développer, notamment grâce aux communautés de cyclistes, telle que celle des cyclotouristes. »

Incubés à l'emlyon

Pour développer leur solution, Paul et Octave ont intégré en janvier 2021 l'incubateur d'emlyon business school, où ils font également leurs études. « Nous avons eu l'opportunité l'année dernière d'intégrer le parcours startup de 4 mois qui propose aux étudiants qui ont une idée de la pousser pour voir ce que cela peut donner, raconte Paul. Nous avons rencontré des entrepreneurs, eu beaucoup d'enseignements de terrain, etc ». Aujourd'hui, les deux étudiants sont en année de césure et en stage, avant d'entamer leur dernière année à l'emlyon.

Une vie à 200 à l'heure pour les entrepreneurs, mais qu'ils mènent ave passion. « Ça fait beaucoup de travail, c'est sûr, on ne compte pas nos heures, reconnait Paul. Lorsque je finis mon stage, j'enchaine avec Velhome. C'est du travail, mais un travail passion, donc on trouve toujours de la motivation. Je n'ai jamais rechigné à travailler sur la solution car le but est de construire quelque chose qui nous ressemble. »

« Confrontez-vous au terrain ! »

En juin, Velhome comptait 130 hôtes et continuait à se développer. L'objectif ? Mailler le plus possible le territoire, puis accroitre le nombre de mises en relations. Paul lance d'ailleurs un appel aux étudiants : « N'hésitez pas à vous inscrire sur Velhome et à contacter des hôtes pour utiliser votre vélo l'esprit tranquille à proximité des campus, pendant vos vacances ou lors de vos sorties ! » Et fort de ces premiers mois d'entrepreneuriat, son conseil à tout jeune qui souhaite se lancer dans l'aventure entrepreneuriale est simple : confrontez-vous au terrain ! « Il ne faut pas attendre quand on a une idée, il faut se lancer. Aujourd'hui on a tous les outils nécessaires à disposition pour créer des solution, notamment de service. »

+ d'informations sur Velhome :
www.welhome.co
Présents sur : LinkedIn, Facebook, Twitter et Instagram

BUZZ avec ton Asso !

Tous les mois, Monde des Grandes Ecoles et Universités met en avant les associations qui font le buzz sur leur campus. A l'honneur dans cette revue : des associations de NEOMA BS, d'emlyon business school et de CentraleSupélec.

NEOMA Business School



BDA, BDI, associations d'apprentis, d'alumni ou d'entrepreneurs, la vie associative de NEOMA BS est riche. Et cette année, les associations vont faire bouger les campus de Reims et Rouen.



NATS Rouen organise des rencontres entre étudiants et alumni. © F.B.EYE

Zoom sur NEOMA Alumni Team Support, l'asso du réseau de NEOMA Business School Rouen !

Laissez-moi vous présenter NATS (NEOMA Alumni Team Support), une des associations du pôle business de NEOMA BS. Son but ? Créer du lien entre les étudiants et les alumni à travers différentes activités comme les afterworks ou les conférences. Par Marion Grall, responsable communication

La vie associative est l'un des aspects les plus importants en école de commerce. Que tu sois sportif, créatif, altruiste ou entreprenant, tu trouveras forcément une association qui te convient ! Alors pourquoi ne pas mêler esprit de groupe (qui devient vite un esprit de famille) et réseautage ? C'est ce qui m'a poussée, ainsi que mes collègues, à rejoindre NATS ! Présidée d'une main de maître par Perrine Morisseau depuis fin 2020, notre association a plus qu'évolué cette année, touchant toujours plus d'étudiants grâce aux événements que nous avons organisés.

L'asso du réseau et des rencontres !

Comme tu dois t'en douter, l'organisation d'afterworks ou de visites d'entreprise n'a pas été possible cette année, alors nous avons dû nous adapter. Nous avons donc organisé des conférences en ligne avec des alumni, regroupant jusqu'à 146 personnes sur les sujets du luxe, de la finance, des métiers des jeux vidéo. Par exemple, notre conférence finance du 23 février nous a permis de récolter des informations pertinentes quant aux carrières de nos alumni, aux parcours qu'ils ont effectués à NEOMA, leur ressenti sur leurs études… S'en sont suivies des questions plus précises concernant notamment le profil le plus adapté pour travailler dans le domaine de la finance. Alors, si toi aussi tu veux t'engager pour organiser des évènements avec des alumni ou bien participer à toute la communication qui entoure l'association, n'hésite pas à prendre contact avec des membres de NATS, ils seront ravis de répondre à tes questions !

Le mot de la Prez'

« Faire partie de NATS c'est œuvrer pour un réseau alumni aussi grand que divers. Echanger et découvrir de nouvelles personnes, organiser des événements et aussi remplir son carnet d'adresses ! De vraies responsabilités sont à saisir dans tous les domaines (communication, trésorerie, organisation d'événements…) alors n'hésite pas ! »

Retrouvez-nous sur Facebook, LinkedIn, Instagram
Contact : nats@neoma-alumni.com

Les Approuentis
promouvoir l'apprentissage, représenter et réunir les apprentis à NEOMA BS Rouen

Créée en 2017, l'association Les Approuentis de NEOMA BS réunit aujourd'hui 19 membres actifs et plus de 350 cotisants à l'année. L'objectif ? Faciliter la vie des apprentis, en leur assurant un soutien et un accompagnement personnalisé durant leur parcours d'apprentissage et ce jusqu'à l'obtention de leur diplôme. Par Benjamin Gass, président

L'association a pour mission, dans un premier temps, d'informer et de renseigner les actuels et futurs apprentis sur le parcours d'apprentissage. Nous mettons en place une assistance dans la recherche d'une alternance, nous appuyons les étudiants sur les relations intra-entreprises et nous prodiguons des conseils sur les aides financières auxquelles peuvent prétendre les étudiants, afin de les intégrer au monde de demain. Dans un second temps, notre association permet d'intégrer les étudiants à la vie associative de l'école en proposant des évènements adaptés à leur planning et leur rythme. Nous proposons différents afterworks, aussi bien sur la ville de Rouen qu'à Paris ou Nantes, et des semaines d'intégration pour rencontrer les étudiants et les associations de NEOMA BS.

Le réseau des apprentis, une priorité !

L'une des missions importantes pour nous est de tisser et de renforcer le réseau des apprentis sur le campus en organisant des événements fédérateurs autour de thèmes comme l'intégration, la professionnalisation, la culture d'entreprise et la médiation professionnelle par exemple. Nous allons organiser cette année des conférences avec des alumni de l'école ainsi que des professionnels afin d'aborder des thèmes comme « le bonheur au travail » ou « l'intégration d'un jeune diplômé à la vie professionnel ». Enfin, notre volonté est de proposer des solutions avantageuses en termes de logements en fonction des rythmes et du budget de chacun. Nouveauté cette année ! Nous proposons pour la première fois un guide permettant à tous les étudiants de retrouver les endroits emblématiques de la ville de Rouen ainsi que toutes les astuces pour se loger, déjeuner et rencontrer les étudiants entre les écoles.

Retrouvez-nous sur Instagram et Facebook

A NEOMA BS Rouen, Déclic Entreprendre promeut la culture entrepreneuriale


© Captur'Owl ESTP

L'équipe de Déclic Entreprendre

Déclic Entreprendre est l'association d'entrepreneuriat et d'innovation de NEOMA Business School Rouen. Poussé par 40 « cliqueux », notre but est de promouvoir la culture entrepreneuriale et l'innovation auprès des étudiants partout en France. Par Yohann Fernandes Machado, président

Chez Déclic Entreprendre, nous organisons tous types d'évènements : locaux avec le Déclic Day (DDAY), nationaux avec les Open Innovation Games (OIG) et européens avec les European Sport Innovation (ESI). Nous accompagnons également des porteurs de projets, notamment grâce à notre programme formation alumni ou encore notre partenariat avec l'incubateur de NEOMA BS. Finalement, notre statut de co-fondateur de la Young Entrepreneurship Society (YES) nous confère une place centrale dans la vie entrepreneuriale étudiante. La YES est la fédération nationale des 45 associations étudiantes entrepreneuriales françaises. Elle organise notamment le Student Innovation Day (SID) à Station F qui a pour objectif de récompenser les startups étudiantes les plus innovantes de France.

Huit événements chaque année

Chaque année, nous travaillons sur l'élaboration de huit événements majeurs : le DDAY, un forum entrepreneurial étudiant qui réunit plus de 3 000 étudiants et 40 startups durant deux jours en Normandie.

Mais aussi…

L'Open Innovation Game (OIG), le premier challenge d'innovation étudiant français réunissant plus de 150 participants, 20 coachs et plus de 10 entreprises participantes chaque année à Paris.

Le TEDx, un concept de conférences inspirantes tout droit venu des Etats-Unis. Après un premier événement en 2020 sur le thème « sauter le pas », la prochaine édition en 2022 portera sur le thème du pouvoir.

Les European Sport Innovation (ESI), un hackathon phygital européen qui invitera différentes associations européennes à réfléchir autour de différentes thématiques liées au sport. La première édition aura lieu en 2022.

Le Startup Safary Paris et le Startup Safary Capital, deux séjours pour découvrir l'écosystème entrepreneurial parisien le temps d'un weekend ou l'écosystème entrepreneurial d'une capital étrangère le temps d'une semaine.

Et nous organisons régulièrement des cafés-conférences sur différentes thématiques : Greentech, Foodtech, Sextech etc.

Retrouvez-nous sur Facebook, Linkedin, Instagram, Twitter

Le BDI, l'association internationale de NEOMA BS Reims

Le BDI regroupe environ 40 étudiants qui se retrouvent au moins une fois par semaine dans les bars ou en appartement. Notre but ? Intégrer les 300 à 400 élèves qui viennent en échange académique à NEOMA BS, et leur faire découvrir la culture française à travers différents évènements ! – Par Eva Chiappini, membre du pôle communication

Le BDI se divise en trois pôles : le pôle event s'occupe d'organiser les évènements et le pôle communication se charge de les faire connaître à la promotion en animant les réseaux sociaux. Depuis peu, le BDI a aussi ouvert le pôle démarchage qui a pour mission de contacter différentes entreprises ou restaurants pour nouer des partenariats et faire bénéficier nos membres et les étudiants internationaux de bons plans. En résumé, personne ne s'y ennuie ! D'ailleurs, l'expérience associative est très importante et nous te conseillons de l'ajouter sur ton CV. C'est ce qui a aidé un bon nombre d'entre nous à trouver des stages.

Rencontres avec les étudiants internationaux

Au BDI, nous accompagnons les étudiants internationaux dès leur arrivée à NEOMA BS. Notre premier évènement est l'International Welcome Day, organisé en partenariat avec l'administration. Jeux gonflables, épreuves en équipes, borne à selfies… nous voulons les intégrer dès le premier jour ! Nous organisons ensuite tout au long de l'année de nombreux évènements : visites de caves à champagne et de la ville de Reims, apéros à thème, dégustations de produits français, séances de sport…

Une famille avant tout !

Faire des évènements avec les internationaux ne nous empêche pas de faire des team buildings exclusivement entre membres. Entre pique-niques, soirées ou même week-end dans un gîte, nous nous connaissons tous car la cohésion est une valeur forte du BDI. En résumé, faire partie du Bureau de L'International c'est avant tout l'occasion de faire des rencontres enrichissantes, de créer des liens forts et de découvrir de nouvelles cultures.



Le BDI de NEOMA BS Reims, c'est 40 étudiants qui accueillent les étudiants internationaux. © Alive



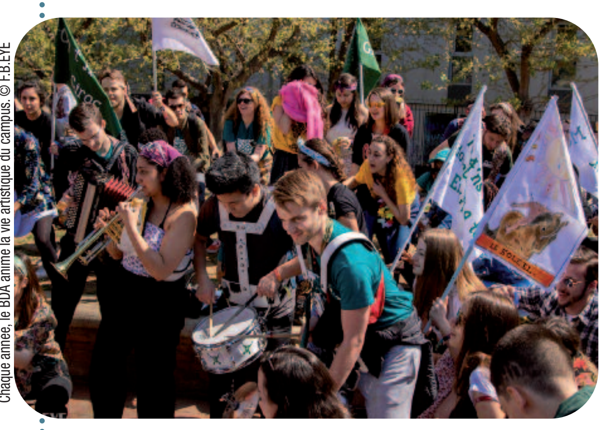
I ❤ mon asso

« J'ai choisi le BDI car au Mexique il y avait beaucoup d'étudiants internationaux mais je n'ai pas vraiment essayé de les inclure dans la communauté d'étudiants locaux. En France, j'ai compris que c'est difficile d'être étranger et je voulais que les étudiants internationaux se sentent les bienvenus pour que cette nouvelle expérience soit la meilleure » - **Erika, étudiante mexicaine, en échange académique à NEOMA BS et ancienne membre du BDI.**

Retrouvez-nous sur Instagram et Facebook

Le Bureau Des Arts est une association de 35 élèves. Pendant notre mandat d'un an, l'équipe se charge d'organiser la vie artistique de NEOMA BS. En tant que 25è BDA, nous aurons à cœur d'animer le campus de Rouen. – Par William Mc Cord & Margaux Arraitz, membres du Pôle communication

Wiz'Art World,
le 25e Bureau Des Arts de NEOMA Business School Rouen



Chaque année, le BDA anime la vie artistique du campus. © F.B.EYE

Le message que nous portons est simple : rendre l'art accessible à tous. Pour cela, nous bénéficions d'un budget de 150 000 € afin d'exploiter tout le potentiel de nos clubs artistiques. Nos 12 clubs couvrent une multitude de formes d'art, parfois insoupçonnées. Cinéma, musique, cuisine, comédie musicale, arts-plastiques, arts numériques et graphiques, danse, théâtre classique et d'improvisation, littérature, mode : il y a du choix !

Objectif : relancer la vie artistique sur le campus

Parallèlement, nous organisons et animons des évènements tout au long de l'année, aussi bien sur le campus que lors d'évènements inter-écoles. Le défi de cette année est avant tout de relancer la vie artistique sur le campus afin de faire perdurer les évènements traditionnels, qui n'ont pu être réalisés l'an passé en raison de la Covid-19. Pour cela, nous misons sur nos trois événements principaux. Le Derby artistique est une compétition entre les deux campus historiques de NEOMA BS, le campus de Reims et celui de Rouen. Nous organisons également un week-end artistique ou WE'ART, un week-end d'intégration autour de l'art qui permet à la promotion de se rencontrer. Avec un budget de 50 000 € et plus de 1 000 étudiants de onze écoles de commerce différentes, le Trophée Des Arts est de loin notre évènement le plus attendu. C'est en Espagne que se déroule cette compétition, dont nous avons remporté neuf trophées de l'ambiance et cinq trophées artistiques. Cette année, nous souhaiterions aussi organiser une rencontre entre étudiants et professionnels issus d'école de commerce travaillant dans les domaines du divertissement, de l'art, du multimédia ou de la culture. Nommé le Kaw'art, cet évènement aura pour objectif de montrer qu'il est possible d'accéder à ces métiers en ayant suivi un parcours en école de commerce.

Retrouvez-nous sur Facebook, Instagram, LinkedIn
Contact : Grégoire Chappot – Responsable démarchage : grégoire.chappot.20@neoma-bs.com ou Doriane Marchand – Présidente : doriane.marchand.20@neoma-bs.com

Égayons-nous est l'association LGBTQIA+ friendly de NEOMA BS Reims. Elle fait à la fois la promotion de la culture queer sur ses différents réseaux sociaux et de la prévention sexuelle à l'attention de l'ensemble de son public.
Par Martin Porée, président

NEOMA BS Reims
Égayons-nous : « Acceptation, écoute et prévention »

En 2019, 55 % des personnes LGBTQIA+ ont subi des discriminations du fait de leur orientation sexuelle ou identité de genre. Les personnes homosexuelles et bisexuelles ont quatre fois plus de risques de se suicider. Ce même chiffre double quand il s'agit des personnes transgenres. Ces chiffres soulignent la nécessité d'une association comme Égayons-nous. En effet, chaque grande ecole, qu'il s'agisse d'écoles de commerce ou d'ingénieurs, forme l'élite de demain. C'est pourquoi, il est primordial qu'une telle association existe et puisse se faire entendre pour que les stigmatisations et discriminations à l'encontre des personnes homosexuelles, transgenres ou séropositives ne puissent être perpétuées.

Les actions d'Égayons-nous

Annuellement, nous organisons un dépistage sur le campus avec distribution de matériel de prévention (préservatifs, lubrifiants, etc.) dans le but évidemment de dépister, mais surtout de sensibiliser les étudiants de NEOMA BS. Nous mettons également en place une communication tout au long de l'année sur la culture queer et la prévention sexuelle. En février 2021, à l'occasion de la Saint-Valentin, s'est tenu pour la première fois le « Love is Love Art Project » (LILAP), qui a pour but de promouvoir artistiquement l'amour sous toutes ses formes.

Retrouvez-nous sur Instagram et Facebook

Quels projets pour demain ?

Nous aimerions vivement accroitre les actions inter-associations néomiennes, en organisant notamment des conférences avec des activistes intersectionnelles, en partenariat par exemple avec l'association Rising Africa, ou encore HeForShe NEOMA, ainsi que des rencontres avec les associations similaires de la ville comme l'association LGBTQIA+ Ex-aequo de Reims ou celle de Sciences Po, campus de Reims, SAGA. Nous souhaiterions aussi développer une communication pour lutter contre le mal-être et le suicide, qui touchent plus particulièrement les membres de la communauté LGBTQIA+. Car l'écoute est une valeur absolument fondamentale de notre association.



Égayons-nous est l'association LGBTQIA + friendly de NEOMA BS Reims. © Pexel


L'équipe du BDI emlyon.© Déclic 2021

International Week 2021
un melting-pot organisé par le Bureau Des Internationaux d'emlyon

Le Bureau des Internationaux (BDI) d'emlyon business school sera fier de vous présenter, du 15 au 21 novembre prochains sur les trois campus d'emlyon (Écully, Paris et Saint-Étienne), l'un des projets les plus importants depuis sa création : l'International Week 2021. - Par Arnaud Spéry, responsable des partenariats et Alexandre Fèvre, responsable de la communication

Au programme cette année : plus d'une vingtaine d'événements en tous genres avec de nombreuses collaborations, des différentes associations d'emlyon aux alumni en passant par la communication et le Career center de l'école, qui soutiennent le projet. Pour cette seconde édition, le BDI a décidé d'explorer le thème du melting-pot avec une volonté de valoriser la diversité culturelle présente à emlyon, ainsi que de faciliter l'intégration des étudiants internationaux de l'école, tout en mettant en avant le panel d'opportunités internationales proposé par l'école. Cette semaine thématique prend tout son sens avec le retour des étudiants internationaux sur les campus d'emlyon business school pour cette rentrée scolaire.

Le fruit du travail de deux mandats annuels consécutifs

Cette semaine commencera directement avec le lancement officiel du Guide de l'Expat. Ce guide, actualisé chaque année par les mandats BDI successifs est devenu une tradition à emlyon. Il recense les conseils et bons plans dénichés par toutes les générations précédentes d'étudiants lors de leurs expériences à l'étranger. S'en suivront de nombreux événements avec, notamment, des présentations et conférences tenues par des alumni ayant un parcours "à l'international". Mais aussi une exposition photos sur le campus, ainsi que des événements associatifs.

Sponsorisez l'événement !

Afin de soutenir le projet, et dans un objectif de proposer des événements au prix le plus attractif possible pour les étudiants, le BDI recherche des partenaires pour l'International Week. Sponsoriser l'événement offre aux partenaires une forte visibilité auprès des étudiants de l'école (plus de 1 000 étudiants par promotion en prenant en compte uniquement le campus d'Ecully) ainsi que des alumni (réseau de 33 000 anciens élèves).

Retrouvez-nous sur Instagram ; Linkedin
Contact : bdi@em-lyon.com

Pour recevoir la plaquette de l'événement, rendez-vous sur LinkedIn ou par mail : Guillaume Tibaldo, Président, guillaume.tibaldo@edu.em-lyon.com ; Arnaud Spéry, Responsable partenariat, arnaud.spery@edu.em-lyon.com

Symposium
les ingénieurs au cœur du débat

La tribune étudiante de CentraleSupélec a été créée en 2014 face au constat que les ingénieurs sont et seront sollicités de plus en plus dans le débat public. Notre association organise des conférences sur des sujets d'actualité ou de société afin d'enrichir la réflexion des élèves sur les problématiques contemporaines. Par l'équipe de Symposium

L'activité phare de Symposium : les conférences

Une fois par mois, nous convions les étudiants de l'école à nos conférences pour découvrir le parcours et l'expérience d'un homme ou d'une femme - entrepreneurs, figures politiques, artistes, chefs d'entreprise... La personnalité témoigne des différents aspects de sa carrière par un jeu de questions-réponses. Ce format dynamique est complété par un temps de questions libres à l'initiative du public, suivi d'un cocktail en comité plus restreint pour un échange moins formel entre l'invité et les étudiants.

Le concours d'éloquence : pour laisser les élèves s'exprimer

Le débat ne saurait se faire sans encourager la prise de paroles des élèves. Nous avons donc décidé d'organiser un concours d'éloquence au sein de CentraleSupélec. Cet événement annuel se déroule en plusieurs phases : prise de parole libre préparée, sujet imposé préparé, improvisation... En 2021, les finalistes se sont affrontés en improvisation sur le haiku suivant : « Mes larmes grésillent en éteignant les braises » ! Ils ont été départagés par un jury d'experts en éloquence, dont l'avocat et spécialiste de l'art oratoire Bertrand Périer. Un bruit court disant qu'un concours d'éloquence inter-écoles pourrait être organisé dans les années à venir…

Une mission qui nous tient à cœur

Dans les dernières années, la science n'a eu de cesse d'être remise en question. Il est donc nécessaire de rationnaliser le débat public en y invitant les scientifiques sur des sujets tels que l'efficacité des vaccins ou le réchauffement climatique. Nous souhaiterions amener les Centraliens à s'investir dans les sphères politiques pour accompagner les dirigeants dans leurs décisions, en y apportant un éclairage scientifique.


L'équipe 2020-2021 de Symposium ! © Pics

I ❤ mon asso

« J'ai rejoint Symposium avec la volonté de sensibiliser les futurs ingénieurs aux enjeux pour lesquels ils jouent déjà un rôle. Un symposium est un congrès dans lequel des scientifiques partagent leur expertise sur un sujet avec des confrères provenant du monde entier. Dans cet esprit, notre objectif est d'intéresser les étudiants à des sujets de société pour les amener à débattre dans la langue rigoureuse, logique et quantitative de l'ingénieur. Malgré les difficultés rencontrées cette année, j'ai l'honneur de présider une équipe surmotivée qui a su innover pour adapter nos événements dans un contexte sanitaire sans précédent. » **Antoine Hauser, Président de Symposium**

Retrouvez-nous sur Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn
Contact : contact@symposium-cs.fr

“ La mission fondamentale de l’Université Paris Dauphine - PSL ? L’insertion de nos étudiants sur le marché du travail ! ”


© Henrike Stahl / Les Cyclistes

La force de Dauphine ? Une remarquable alliance entre recherche de haut niveau et employabilité. Une force qui permet à l’université d’innover, même pendant la tempête. On fait le point avec El Mouhoub Mouhoud, président de l’Université Paris Dauphine – PSL. Propos recueillis par Clarisse Watine

La rentrée en présentiel à Dauphine c’est possible car… ?

Nous avons anticipé les choses bien avant l’été. Nous avons notamment travaillé avec un de nos enseignants-chercheurs en mathématiques, sur un process de régulation du public, par un comptage anonyme du nombre de présents dans l’université, permettant de grader et de mesurer le « taux de dangerosité épidémique » de chaque espace et ainsi, de mettre en place des indicateurs d’alerte en fonction des taux d’incidence. Tout au long des derniers mois, nous nous sommes, les équipes et moi-même, mobilisés pour le présentiel et je garde espoir que le retour à 100 % soit possible. En tout cas, ces mécanismes de régulation sont prêts.

Les trois dossiers qui ne quitteront pas votre bureau cette année ?

Le nouveau campus bien sûr. J’ai créé une Vice-présidence immobilière pour gérer notamment les implications pédagogiques et pour les laboratoires de recherche de ce grand chantier de travaux sur site, dont la première pierre devrait être posée en décembre 2021. Et parce que je ne veux pas que le distanciel soit une marge d’ajustement aux éventuelles problématiques liées aux travaux, un système d’exploration de sites de délestage est en train d’être organisé.

Les doubles-diplômes sont aussi un élément central de la politique que je veux mettre en place. Pas « parce que ça fait bien » mais parce que cela répond à deux objectifs majeurs. D’abord, répondre aux aspirations étudiantes liées à la réforme du bac, via par exemple, une double licence Sciences des données et Sciences des organisations qui concernera une trentaine d’étudiants en 2022, ou encore une double licence Sciences et arts avec les établissements de PSL. Ensuite, former des jeunes qui répondent aux attentes du monde socio-économique Aujourd’hui, plus que jamais, les entreprises ont besoin de collaborateurs qui savent s’adapter. Or, il nous semble que maîtriser deux compétences clés permet de mieux anticiper les chocs et leurs effets. Nous allons ensuite lancer un Master International IA et Sciences de la Société de très haut niveau et discutons avec un autre établissement de PSL (MINES Paris-PSL) sur un double diplôme Ingénieur – Manager en 3 ans, par exemple.

Sans oublier l’international : cartographier et remettre à plat nos échanges internationaux, déployer l’attractivité des étudiants internationaux, asiatiques en particulier, sur notre campus de Londres et développer la mobilité régionale sur le site de Tunis.

La pépite que les autres universités vont vous envier ?

Notre programme Dauphine Numérique qui allie les problématiques de l’IA avec celles des Sciences de la société. Un ambitieux programme dauphinois pluridisciplinaire, unique en France. Son objectif ? Développer une approche réflexive sur les modalités, les usages et les effets de l’IA. Un programme qui contribue via PSL au projet PRAIRIE labellisé 3IA (Institut Interdisciplinaire d’Intelligence Artificielle) par le gouvernement. Une pépite qui attire des doctorants de haut niveau international, crée une vraie dynamique de recherche pluridisciplinaire et donne lieu à un schéma original de mécénat recherche.

En quoi votre nouveau campus sera-t-il particulièrement propice à l’innovation ?

La motivation principale de notre nouveau campus est de favoriser les contacts, l’interaction et donc, l’innovation. Les bibliothèques d’étude et de recherche vont ainsi être fusionnées dans un learning center intégrant également notre incubateur, une zone de brainstorming et un espace d’accueil pour les entreprises. Un endroit unique situé au dernier étage (un des plus beaux emplacements de l’université !) qui favorise une collaboration conviviale, inspirante et productrice d’échanges.

La proximité avec le monde économique : le meilleur atout de Dauphine pour innover ?

C’est en tout cas un de nos meilleurs atouts pour garantir l’une de nos missions fondamentales : l’insertion de nos étudiants sur le marché du travail. Si notre taux d’insertion a si bien résisté pendant la crise, c’est grâce à nos relations avec les entreprises. Une résilience également indissociable de la qualité de notre recherche. Dauphine est un modèle complexe : une université publique dont la recherche de haut niveau est totalement imbriquée avec la professionnalisation de ses étudiants. Un écosystème où la recherche nourrit l’enseignement et l’innovation, qui ruisselle ensuite sur les entreprises.

Discret mais efficace, le groupe Ramsay a opéré en 2020 près d'un Français sur 8 et accueilli 15 000 patients Covid. Rejoindre un acteur qui place la coordination et l'écoute au cœur du parcours de soins, c'est ce que vous propose Pascal Roché (HEC Paris 84, Université Paris Dauphine-PSL 85), Directeur général de Ramsay Santé.

Par Aurélie Nicolas

Ramsay Santé

Innover pour mieux soigner

Quelle place tient l'innovation dans la stratégie de développement de Ramsay Santé ?

En tant que leader de l'offre globale de soins en Europe, nous avons fait de l'innovation un de nos axes stratégiques. Dans le secteur de la santé, le progrès est infini et l'innovation permanente. Cela se traduit dans les technologies et pratiques médicales bien sûr, mais aussi dans la coordination des soins, dans leur accessibilité et dans leur digitalisation. Deux exemples : dans nos 25 services d'urgence en France, nous accueillons en moyenne 750 000 patients par an. Une amélioration de nos process a permis d'y faire passer le temps d'attente de 60 à 17 minutes ! Autre avancée : le déploiement de petits robots au domicile des malades chroniques, afin de prévenir l'infirmier en cas d'oubli de prise du traitement à heure fixe en Suède.

Comment avez-vous bâti votre plan 2025 « Yes we care » ?

Durant la crise sanitaire, nous avons ouvert des lits pour accueillir près de 15 000 patients Covid, dont 8 000 en réanimation, dans nos 70 hôpitaux. C'est dans ce contexte que nous avons bâti notre plan à cinq ans. Cette crise nous a montré que les solutions viennent souvent du terrain. Les vieilles querelles entre hôpitaux publics et cliniques privées ont été oubliées et la coordination a joué à plein. D'ici 2025, nous souhaitons développer notre offre de services en amont et en aval. Avec par exemple le déploiement de centres de soins primaires regroupant dans un même lieu plusieurs médecins, très populaires en Suède et en essor en France.

Après le conseil, la banque et l'assurance, qu'est-ce qui vous a séduit dans le secteur de la santé ?

Mes débuts dans le conseil en stratégie chez Mars & Co ont été très formateurs, car j'ai pu travailler sur différentes problématiques et clients, dans différents pays. Mais, personnellement, donner des conseils sans être responsable de leur mise en œuvre est frustrant. Au bout de six ans, j'ai donc intégré Axa comme Directeur de la stratégie en France, puis dans des rôles très opérationnels qui me convenaient parfaitement. Puis j'ai pris la tête de la Banque Barclay. Quand on m'a proposé de diriger le groupe Ramsay Santé, je n'ai pas hésité car c'est un secteur qui m'a toujours attiré, riche de sens, d'engagement et d'utilité. On trouve difficilement métier plus humain que la santé !

Pourquoi avez-vous besoin des jeunes dip' ?

Notre secteur est bousculé par la digitalisation et par l'évolution des comportements des patients qui deviennent des consommateurs. S'ajoutent à ces défis un contexte de raréfaction des ressources médicales et de concurrence des nouveaux acteurs digitaux de la santé. Dans un métier qui a longtemps était hiérarchisé, l'avenir est au fonctionnement en réseau et en mode projets. Les jeunes diplômés nous apportent un œil différent face à ces enjeux. Nous les aimons passionnés et porteurs de valeurs. Avec une grande capacité à travailler en équipe car, plus qu'ailleurs, l'intelligence collective est ici primordiale.

© Réa



Quels métiers pourront-ils exercer ?

Nous recrutons près de 100 jeunes diplômés par an. Ils pourront nous rejoindre sur les métiers liés à la digitalisation, à la conduite de projets, à l'amélioration organisationnelle... mais également devenir adjoint ou directeur d'hôpital, car plus de 100 métiers différents y cohabitent. Je pense que c'est un métier passionnant et compliqué, mais aussi une responsabilité magnifique. Inutile d'avoir une formation médicale pour y accéder. Sur nos 133 directeurs d'hôpitaux, seuls 10 sont médecins, la plupart étant diplômés de grandes écoles. Mais il s'agit bien sûr de profils seniors, ayant déjà plusieurs années d'expérience opérationnelle derrière eux.



Mes conseils

Faites quelque chose qui vous plaît, n'allez pas là où est la mode. Et remettez-vous en cause en permanence, en ne cessant d'apprendre.

Dauphine pour moi c'est...

Après HEC, mon 3e cycle à Dauphine m'a donné un cadre de réflexion macroéconomique et une capacité à me poser les bonnes questions, en développant une approche équilibrée et cohérente entre stratégie, structure de l'organisation, culture et talents.

CHIFFRES-CLÉS

9 millions de patients
50 000 collaborateurs
4 milliards € de CA
350 hôpitaux et cliniques, **120** centres de soins
90 plateformes d'imagerie médicale

P.ROCHE@RAMSAYGDS.FR
ISABELLE.DURAND@RAMSAYGDS.FR



Prêts à vous confronter aux risques en suivant le chemin des DAM (Digital Asset Managers) ? Rejoignez alors Pascal Marnay (DEA Finances Université Paris Dauphine-PSL 03), Directeur des Risques financiers et des Performances chez Groupama Asset Management. Par Bertrand Bourgine

Groupama AM
la vraie vie s'assure ici aussi !

Pour quel volet de votre métier votre cœur balance-t-il ?

Ma direction comprend trois grandes activités : le risque des portefeuilles à connotations quantitatives, la mesure de la performance et enfin, le contrôle de limites, pour vérifier au quotidien que l'intégralité des contraintes de gestion sont effectivement respectées par les portefeuilles. De par mon cursus d'ingénieur, mon cœur penche naturellement vers la première activité, pour sa composante quantitative et scientifique plus marquée.

La recette Groupama pour concilier rendement, enjeux environnementaux et ISR ?

Nous sommes persuadés depuis déjà bien longtemps qu'un émetteur est d'autant plus performant sur le long terme qu'il intègre les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) au cœur de sa stratégie de gestion. Nous avons d'ailleurs été pionniers de la finance durable en France en proposant, dès 2001, un fonds action ISR. Car investissements responsables et performance sont loin d'être incompatibles. C'est pour cela que nous avons mis en place une organisation dans laquelle recherches financières et extra financières sont intégrées, afin de donner une vision globale et cohérente au gérant, sur laquelle appuyer ses choix d'investissements. Notre « recette » pourrait donc se résumer à voir les facteurs E, S et G, non pas comme des critères contraignant les investissements, mais comme des sources de création de valeur. Intégrer ces analyses aux études fondamentales plus classiques des valeurs semble alors une évidence.

Le sel du métier sur le terrain de jeux de la gestion d'actifs ?

Sur mon périmètre, c'est le zéro défaut... tout en sachant que sans risque, on ne fait rien ! C'est cela qui anime mes équipes : encadrer suffisamment bien les portefeuilles, sans brimer les gérants, pour délivrer la performance attendue.



Les soft skills des jeunes recrues pour être « Groupama I AM ! » ?

Nous avons eu récemment des étudiants de l'ENSAE en stage et en alternance. Ces jeunes ingénieurs ont un très fort bagage technique, mais sont surtout curieux et entreprenants. Et quelque part, ils nous challengent dans le bon sens du terme. Une démarche intéressante, gagnant-gagnant, car ils confrontent leur vision, voire parfois leur naïveté d'étudiants, à notre quotidien. Cela nous remet souvent en question sur pas mal de choses, ce que nous apprécions énormément !

La force d'un cursus de Dauphine face aux défis de l'innovation ?

Son réseau et tous les événements organisés au sein de l'université. Quand il y a de l'innovation, il y a fort à parier que des professeurs assez éminents de Dauphine aient travaillé le sujet. On peut alors s'appuyer sur ce corpus lorsqu'on est confrontés à ces changements.



#JobBoard
Les principaux métiers sur lesquels vous recrutez ?

Le monde de l'asset management évolue vers plus de technicité. C'est vraiment une tendance de fond. On parlait beaucoup de la complexité des produits financiers il y a quelques années. Aujourd'hui c'est plutôt sur la donnée de base que l'on doit travailler. Un troisième cycle ou des options sur l'analyse de la donnée et le big data : voilà des accélérateurs que nous allons regarder avec attention.

PMARNAY@GROUPAMA-AM.FR - WWW.GROUPAMA-AM.COM/FR

« Si vous avez un purpose dans la vie, venez le réaliser chez BNP Paribas CIB »

Diplômé de CentraleSupélec (promo 89) et de l'Université Paris Dauphine - PSL (promo 90), Olivier Osty est désormais Responsable de l'activité Global Markets de Corporate & Institutional Banking (CIB) de BNP Paribas. Pour lui, aucun doute : travailler dans une banque permet d'avoir un impact fort sur le monde. Explications. Par Léa Benhadouche

Vous êtes diplômé d'un DESS de finance à l'Université Paris Dauphine - PSL. Qu'est-ce qui vous a marqué durant vos années universitaires ?

D'abord, la qualité des professeurs. Des économistes réputés comme Christian Saint-Etienne à mon époque. Et puis, la diversité des profils étudiants. C'était très enrichissant d'échanger avec des gens qui venaient de cursus très différents, en droit, en physique, en mathématiques…

La voie royale pour travailler dans le domaine de la finance ?

Oui, notamment dans la finance de marché. Proche du monde du business, cette excellente formation met en application les connaissances apprises dans les banques françaises et internationales.

Juste après votre diplôme, vous êtes entré chez BNP Paribas. A quel poste ?

J'étais en charge du trading des options sur le marché des actions japonaises. C'était alors les prémisses de ce marché au début des années 90.

Aujourd'hui vous êtes Responsable de l'activité Global Markets de Corporate & Institutional Banking (CIB). En quoi consiste votre métier ?

Je suis en charge avec mes équipes de nos activités de marché dans le monde. Nous intervenons sur les principaux marchés financiers : les actions, le change, les taux d'intérêt ou encore les matières premières. Nous répondons aux besoins de nos clients (grandes entreprises, clients institutionnels et parfois, particuliers) dont l'activité est exposée à ces marchés, en les aidant à transformer leur risque ou à le transférer soit à d'autres clients, soit à la banque, que nous arrivons ensuite à couvrir. Je suis l'intégrateur de toutes leurs demandes. Chaque jour, nous réalisons des milliers d'opérations pour que le risque résiduel soit faible.

Vous travaillez avec le monde entier !

On ne dénombre pas moins de 36 nationalités parmi nos collaborateurs, dans nos bureaux à Londres, 76 à travers le monde. L'activité Global Markets de Corporate & Institutional Banking est la plus internationale de BNP Paribas, les français ne représentant que 27 % de nos collaborateurs. Elle offre ainsi la possibilité aux étudiants, de toutes nationalités, d'évoluer dans un environnement multiculturel. Le plus important dans une salle de marché, c'est la communication et le travail d'équipe.

La diversité est donc une des forces de votre entreprise ?

Oui, et on la promeut ! Les femmes sont par exemple de plus en plus nombreuses dans nos équipes et nous nous réjouissons de casser le cliché du milieu financier très masculin. Il est de notre responsabilité d'entreprise de continuer dans cette direction.







BNP Paribas CIB recrute des traders d'actions, des traders de dérivés et des analystes quantitatifs (Quant).

Quel est l'impact de vos activités sur le monde ?

BNP Paribas est une des premières banques à avoir intégré les critères Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance (ESG). La finance est indéniablement motrice dans la transition écologique. Nous nous engageons aux côtés de nos clients en faveur d'une économie plus respectueuse de l'environnement et plus inclusive. Et pour reprendre le titre du fameux livre « La finance peut-elle sauver le monde ? » je considère qu'elle peut en tout cas largement y contribuer.

BNP Paribas : the place to be pour les jeunes diplômés ?

Bien sûr, surtout pour ceux qui souhaitent avoir un rôle social impactant. Si vous avez un purpose dans la vie, venez le réaliser chez BNP Paribas CIB. Nous vous proposons un panel de métiers très diversifiés, dans des pays différents, garantis zéro ennui, pour servir un objectif : investir dans des sujets qui vous tiennent à cœur.

Les skills à avoir pour travailler à vos côtés ?

La capacité d'adaptation fait partie des compétences attendues. Comme la communication, le travail en équipe et l'intérêt pour les marchés financiers. Mais avant tout et de plus en plus, nous cherchons des profils très à l'aise en « computer science ».

CHIFFRES-CLÉS

1ERE banque européenne /+ de **190 000** collaborateurs chez BNP Paribas
3 500 personnes dans l'activité Global Markets / Présence dans plus de **30** pays

RECRUTEMENT : RECRUTEMENT.BNPPARIBAS
POSEZ UNE QUESTION : JOBPREVIEW.BNPPARIBAS
GRADUATE PROGRAMME : GRADUATE.BNPPARIBAS
PRÉPAREZ VOTRE ENTRETIEN AVEC DR.JOB : APP GRATUITE SUR IOS ET ANDROID



© La Banque Postale

© La Banque Postale

Bénéficiant d'un positionnement unique et original sur le marché français, La Banque Postale est devenue bancassureur en 2020 avec la prise de contrôle de CNP Assurances. De quoi élargir le périmètre d'action de **Thomas Guittet (Université Paris Dauphine, Magistère Banque Finance Assurance 96),** Directeur adjoint des Risques du Groupe La Banque Postale. Prêts à rejoindre sa team ? Par Bertrand Bourgine

La Banque Postale

la gestion des risques, la tour de contrôle à 360 degrés

C'est quoi être Directeur adjoint des Risques à la Banque Postale aujourd'hui ?

Pour cela, précisons d'abord que depuis l'intégration de CNP, La Banque Postale a élargi son périmètre d'action en devenant un bancassureur avec une dimension internationale. Avec ces changements de taille et de périmètre, nos exigences sont plus importantes en matière de supervision des risques. Dans ce cadre, quel est notre métier ? Notre rôle est que le groupe puisse développer son activité dans un cadre sécurisé et conformément à notre « appétit aux risques ». Nous avons également un rôle d'alerte sur le non-respect de la politique de maîtrise des risques ou sur la survenance d'incidents opérationnels. Et enfin, bien sûr, nous devons nous assurer que le groupe respecte ses exigences réglementaires.

Les 3 musts d'un Directeur adjoint des risques au sein d'une banque ?

Être à l'écoute de toutes les parties prenantes pour faire en sorte que l'activité se développe de manière maîtrisée. Une qualité essentielle est également la pédagogie car il faut en permanence sensibiliser les opérationnels sur la gestion des risques : diffuser cette culture de risque est une priorité car les risques ne seront maîtrisés que si les opérationnels (la « première ligne de défense », les risques constituant la « deuxième ligne de défense ») ont les bons réflexes en matière de maîtrise des risques. Et aussi, parfois, le courage de dire non !!

Et les 3 qualités du collaborateur parfait ?

La curiosité pour moi est une vraie qualité pour un risk manager, car de nouveaux risques émergent (par exemple les risques climatiques). J'attends évidemment de la rigueur mais aussi un bon relationnel et le sens de la communication pour être en capacité de travailler en équipe, comprendre les contraintes de ses interlocuteurs, et une nouvelle fois participer à la diffusion à la culture risque.

Quelle place pour l'innovation dans vos missions ?

Avec la digitalisation d'un certain nombre de processus, nous pouvons faire évoluer nos méthodes de contrôle, plus automatisées, parfois en faisant appel à l'intelligence artificielle. Nous avons également un impératif de suivre ce qu'il se passe à l'extérieur, pour essayer de maîtriser des risques en constante évolution, par exemple les risques de fraude ou les risques liés à la cybersécurité, les fraudeurs et les hackers innovent, eux, tous les jours !!

Qu'est-ce qui forge la culture unique de La Banque Postale ?

La Banque Postale a révélé sa raison d'être : accompagner la société dans ses grandes transitions – numérique, territoriale, démographique et écologique. Notre engagement citoyen de service public et notre présence territoriale forte sont deux points singuliers dans le paysage bancaire français. Parmi nos 20 millions de clients, certains sont aisés et d'autres beaucoup plus fragiles. Nous devons offrir à tous la possibilité de se procurer des services bancaires de base ou plus sophistiqués, de se financer ou de s'assurer. Au-delà de cette spécificité, La Banque Postale est devenue une banque universelle auprès d'une clientèle de particuliers, d'entreprises et de collectivités.

Le booster différenciant du Magistère Finances Paris Dauphine ?

Nous avons plus d'heures de cours que les autres sur les trois dernières années, soit 35 heures par semaine contre 20 en général en masters ! Plus sérieusement, la densité et la qualité de cet enseignement spécialisé sur la banque/finance/assurance, associée à des stages nombreux (près de 18 mois), nous préparent bien au métier et à l'intégration dans l'entreprise.

Qu'est-ce qui fait de vous un manager différent ?

Plus qu'un diplôme, c'est surtout l'expérience auprès de ses collaborateurs, le vécu de ses émotions qui influencent le comportement des équipes, le fait de stimuler l'envie de travailler et de bien travailler qui vous construit et fait de vous un manager différent, capable de faire progresser ses équipes et de les faire évoluer.



#JobBoard
Les fonctions où vos besoins sont les plus forts ?

Des profils experts en cybersécurité ou sur les nouveaux types de risque, des personnes capables de comprendre les problématiques de la banque et de l'assurance, des fonctions de contrôle ou de reporting réglementaire.

THOMAS.GUITTET@LABANQUEPOSTALE.FR
HTTPS://WWW.LABANQUEPOSTALE.COM/CANDIDATS.HTML

L'ambition de Sorbonne Université ? « Défricher les chemins de la connaissance et relever les grands défis contemporains : changement climatique et durabilité, transformation numérique et révolution des données, médecine personnalisée, science ouverte... ». Mais quels sont ses cartes maîtresses pour y parvenir ? Par Clarisse Watine

Les 5 atouts de Sorbonne Université pour booster sa force innovante


© Sorbonne Université

© Sorbonne Université Laurent Ardhui

> " Les **grandes universités** comme Sorbonne Université n'ont pas qu'une fonction de formation, ce sont de vrais opérateurs de recherche "
>
> **Jean Chambaz,** ancien président de Sorbonne Université

#1 Les Instituts et Initiatives

« Des entités et projets interdisciplinaires faisant intervenir l'ensemble des communautés de l'Université sur des sujets et enjeux de société : transition environnementale, sciences calculs et données, ingénierie en santé, matériaux, biodiversité, genre...» introduit Nathalie Drach – Temam VP Recherche, innovation et science ouverte et VP de la Commission recherche de Sorbonne Université. Un projet structurant sur l'IA, le calcul et la donnée a également été créé. « Le Sorbonne Center for Artificiel Intelligence vise à animer la recherche, la formation et l'innovation en IA dans trois disciplines cœur (mathématiques, informatique, robotique) et selon trois axes prioritaires (santé & médecine / climat, environnement, univers / humanités numériques) ». Un centre qui compte plus d'une centaine de chercheurs, plus de 150 doctorants et post-doctorants, plus de 300 étudiants formés, sept masters et plus de 20 partenariats industriels.

#2 Des partenariats stratégiques

Parmi les partenariats porteurs d'innovation les plus stratégiques : l'Alliance 4EU+, « construite comme un espace de coopération et de libre circulation d'idées, d'étudiants, d'enseignants-chercheurs pour porter, au niveau européen et à une autre échelle, les projets stratégiques que nous déployons dans nos environnements respectifs ». Fondée sur quatre axes prioritaires (développement durable, révolution numérique, santé et interculturalité), elle allie Sorbonne Université avec cinq autres universités européennes de recherche intensive (Copenhague, Heidelberg, Milan, Prague et Varsovie).

#3 Cap sur la science ouverte et participative

« La crise a replacé la science comme un bien commun et a mis en avant la nécessité de partager les données et les résultats de la recherche. Nous avons donc travaillé sur l'ouverture des publications, des données et des travaux des chercheurs notamment. Car il est temps de renforcer ce lien entre les sciences et la société, de sensibiliser les citoyens à la démarche scientifique, à l'esprit critique » insiste Nathalie Drach – Temam. En parallèle, l'Université met en place un grand projet autour des sciences participatives. « Une démarche permettant au citoyen d'être acteur du process de recherche et qui nous semble être une belle approche de formation. Nous avons d'ailleurs lancé un projet pilote de sciences participative à destination des étudiants, axé sur la transition environnementale. »

#4 Un écosystème d'innovation

Sorbonne Université travaille aussi sur son écosystème d'innovation dans une optique de transfert technologique aux entreprises et à la société. Au cœur de cette démarche, le projet Paris Parc. « Un lieu totem dédié à l'innovation et aux partenariats avec les entreprises. Son objectif ? Rassembler dans un lieu unique les acteurs de l'innovation et de l'entrepreneuriat de l'Alliance Sorbonne Université. Il intégrera une pépinière d'entreprises, un hôtel d'entreprises, des lieux de rencontres et de conférences et une antenne de notre FabLab SU. Il accueillera, de la conception à la maturation technologique en passant par l'accompagnement et le transfert, startups, PME, PMI, ETI, antennes de grands groupes et pôles de compétitivité » annonce Nathalie Drach – Temam.

#5 Et l'immobilier dans tout ça ?

Sorbonne Université se modernise ! « Rénovation des bâtiments du campus de la Fac de Médecine à La Pitié, des campus de la Fac de Lettres et de l'Institut hispanique, sans oublier le campus Pierre et Marie Curie, avec la finalisation de Paris Parc et de ses 15 000 m^2 dédié à l'innovation. Sur le site de Censier, l'université met en place la plus grosse opération de résidence universitaire à ce jour » indique Jean Chambaz, qui vient d'achever son mandat à la présidence de l'Université.

Attrapez le virus de la recherche chez GSK



Etudiants en médecine et jeunes médecins, avez-vous déjà envisagé une carrière dans un laboratoire pharmaceutique ? Le parcours de Sophie Muller pourrait bien vous inspirer ! Diplômée de Sorbonne Université en 1993, elle a exercé comme médecin spécialiste des maladies infectieuses à l'hôpital Cochin avant de rejoindre GSK comme médecin régional. Fin 2018, elle devient directrice médicale de l'entreprise après des années à se développer à divers postes. Rencontre. Par Marine Delcros

Pitchez-nous GSK.

GSK est un des leaders mondiaux dans la recherche, le développement, la fabrication et la mise à disposition de médicaments, vaccins et produits de santé grand public. Notre mission : changer la vie et le quotidien des patients grâce à un portefeuille diversifié de vaccins et de médicaments innovants. Nous avons notamment une expertise dans les maladies respiratoires, l'immuno-inflammation, le VIH, l'oncologie et les vaccins. Dans notre portefeuille de produits innovants, nous avons 20 vaccins et 42 molécules en développement allant de la phase 1 à 3 au niveau mondial. En France, 40 essais cliniques sont en cours, impliquant plus de 1 500 sujets, et plus de 210 centres d'investigation cliniques.

Une actualité ?

Ces dernières années, notre entreprise a beaucoup évolué. Mi-2022, le groupe GSK sera scindé en deux nouvelles sociétés : une société grand public issue de l'association de GSK et Pfizer avec des marques fortes, et un nouveau GSK. Ce nouveau GSK marque un changement de cap en termes de performance et de croissance pour les dix prochaines années. Il sera basée sur un portefeuille de vaccins et médicaments de spécialité à haute valeur ajoutée, avec l'ambition d'impacter positivement la vie de plus de 2,5 milliards de personnes à travers le monde.

Un qualificatif pour présenter votre fonction ?

La direction médicale chez GSK est une direction qui couvre en fait plusieurs métiers. Le directeur médical doit avoir la capacité à passer d'un domaine thérapeutique à un autre, prendre des décisions sur la gouvernance, rencontrer des experts, des patients, convaincre notre maison-mère d'implanter des essais cliniques en France, accompagner le développement des équipes. Ce sont de grosses responsabilités qui nécessitent de ne pas avoir peur d'une charge de travail importante. Mais c'est un travail passionnant dans lequel on prend des décisions capitales tous les jours pour les patients et pour les collaborateurs.

Votre plus gros dossier sur la table pour cette rentrée ?

La Covid-19, bien sûr. Depuis le début de la pandémie, GSK contribue à l'effort collectif avec un positionnement un peu différent des autres entreprises. Nous multiplions les collaborations pour améliorer la recherche sur les vaccins et les traitements. Pour les vaccins, nous collaborons avec Sanofi en mettant à leur disposition notre adjuvant. Nous collaborons aussi avec Curevac, une biotech allemande sur la mise au point de vaccins à ARN messager multivalents de seconde génération. Enfin, nous collaborons avec la société Vir Biotechnology sur un anticorps monoclonal anti spike contre la Covid-19.

Back to school

Votre souvenir de l'université ?

Je me souviens de mon premier jour en médecine dans un amphi bondé, rue de l'Ecole-de-Médecine. Toutes les places étaient occupées, des étudiants étaient assis sur les marches, d'autres debouts. Après le lycée, on se retrouve directement confrontés à la réalité.

Votre conseil à un jeune diplômé de Sorbonne Université pour réussir sa première année chez vous ?

Pour réussir sa première année et au-delà, il faut être curieux, agile, aimer les challenges, les défis, se développer en équipe. Saisissez aussi les opportunités. J'ai occupé plusieurs fonctions durant lesquelles je n'évoluais pas au niveau vertical mais je me développais de manière transverse.

Avis aux médecins, les portes vous sont grandes ouvertes !

Trois métiers en tension :

- **Référent médical en région :** l'interlocuteur médical clé en région, en charge d'activités très variées (information médicale, les échanges scientifiques avec les experts, la mise en place de projets…). Quand on veut faire sa carrière dans les laboratoires pharmaceutiques, avoir une expérience du terrain est un réel atout.
- **Chef de projet médical :** dont le rôle est de mettre en musique le plan d'action pour l'année en cours.
- **Des postes dans l'accès au marché des médicaments** ou des postes en lien avec **les associations de patients** sont en tension et ont une place clé dans l'organisation d'un laboratoire pharmaceutique.

CHIFFRES-CLÉS

1,1 milliards € de CA en 2020

78 millions € investis sur les sites de production et dans la R&D

3 600 collaborateurs en France

SOPHIE.M.MULLER@GSK.COM

Rejoignez la référence mondiale du petit équipement domestique aux 31 marques iconiques (Seb, Tefal, Moulinex, Rowenta, Krups…) qui rythme la vie quotidienne des consommateurs depuis des décennies. « Tentez l'aventure collective dans un groupe qui vous laisse créer votre propre parcours métier », assure **Dan Abergel, (Sorbonne Université 99),** Vice-Président Human Resources France Groupe SEB. Par Fanny Bijaoui

SEB pour construire votre parcours, faites votre propre cuisine !

SEB : une valeur sûre pour les Français ?

Notre cœur de métier, c'est d'accompagner les consommateurs, d'anticiper leurs besoins et de faciliter leur quotidien. Tous les jours vous utilisez au moins un de nos produits dans l'une de nos gammes : les poêles et les casseroles, les ustensiles, les aspirateurs, les fers à repasser ou le petit électroménager. Nous avons également une activité professionnelle avec, par exemple, des machines à café WMF ou des planchas Krampouz. Sur le marché très concurrentiel du petit électroménager, nous sortons 250 nouveautés chaque année. L'agilité du groupe passe par là.

Votre puissance de frappe c'est aussi la croissance externe ?

Nous avons en effet investi l'an dernier dans la startup américaine Storebound qui développe des articles et accessoires de cuisine. C'est un pure player qui ne vend pas dans des magasins physiques, mais uniquement via le digital et les réseaux sociaux. Ils sont très sensibles à l'expérience consommateurs. Nous avons aussi noué un partenariat et pris une participation minoritaire au sein de Chefclub, la marque leader de production et de diffusion de contenus culinaires. Notre objectif ? Apprendre, capitaliser sur les nouveaux canaux de distribution et les tendances du marché.

Votre politique RSE en actions concrètes, ça donne quoi ?

Concrètement, c'est inciter les consommateurs à réparer plutôt que jeter. Bien avant l'indice de réparabilité, le Groupe SEB s'était engagé à réparer les produits pendant 10 ans. Depuis cette année, cet engagement de garder les pièces détachées est passé à 15 ans. Nous avons également pris l'engagement de réduire l'impact environnemental de nos produits en mesurant l'empreinte carbone sur nos sites, en réduisant les consommations d'eau, d'électricité et en utilisant des ressources moins gourmandes en énergie. Nous expérimentons aussi la location des produits ou l'écoconception. La jeune génération a besoin de se projeter dans une entreprise socialement responsable et veut voir des résultats concrets. Ça nous challenge !

Je suis jeune diplômé chez SEB : comment créer mon propre parcours ?

Il est bon d'essayer plusieurs métiers au début de votre carrière afin d'élargir l'éventail. Dans une usine, on peut faire du management de proximité, puis se spécialiser dans la supply chain, et même, diriger un site industriel. Si l'on a une vocation commerciale et marketing, pourquoi ne pas alterner les deux ? D'abord un passage au marketing stratégique, puis sur le terrain en tant que commercial pour négocier avec nos clients distributeurs, avant de refaire du commerce. Nous proposons aussi aux jeunes de 22 à 24 ans un Graduate Program qui leur permet d'intégrer le groupe et d'avoir une expérience dans une filiale à l'étranger… avec l'assurance d'être embauché.e ! Alors à vous de créer votre propre parcours métier.

© Groupe SEB

Votre population d'alternants dépasse les 5 % réglementaires : pourquoi cet engagement ?

C'est un engagement écrit dans notre accord de Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences (GPEC) afin d'aider les jeunes à se préparer au monde du travail. Et comme ils constituent un vrai vivier de recrutement, les postes ouverts dans le groupe avec trois ans d'expériences sont issus à 40 % d'alternants. Et ça fonctionne ! Nous en avons dans tous les domaines : industriel, marketing, finance, RH, R&D et commerce.

Les soft skills qui font mouche ?

Le collectif et le travail en équipe. C'est ce qui fait notre force, notre capacité à nous enrichir et à être plus efficace. Cela suppose d'être adaptable, d'avoir du recul et de la flexibilité.

Économie VS RH

« Dans la fonction RH, l'économie est indispensable pour maîtriser les évolutions des compétences, des métiers et des organisations. Tous les jours je mesure à quel point cet apport théorique m'est utile, à condition, bien sûr, de le combiner à un volet opérationnel et concret. »

#SorbonneUniversité

« C'est une formation d'excellence qui a le mérite de lier l'apprentissage théorique et opérationnelle. C'est ce mélange qui permet aux jeunes de faire leur entrée dans le monde du travail ».

DABERGEL@GROUPESEB.COM


© GEODIS - Bruno Clergue

GEODIS
vous livre le monde

Rejoindre le leader mondial du transport et de la logistique et l'accompagner dans l'élaboration et l'exécution de sa stratégie Data et Digitale. C'est ce que vous propose Asma Aidi (Sorbonne Université 84), Chief Digital Products Officer de GEODIS. Par Aurélie Nicolas

© GEODIS

Comment GEODIS a-t-il traversé la crise sanitaire ?
Cette crise a rappelé à quel point le sujet de la logistique était essentiel, à la fois pour les individus, les entreprises mais aussi les nations. GEODIS a joué un rôle clé dans la mise en œuvre du pont aérien pour livrer les masques en France. Notre capacité d'adaptation a été mise fortement à contribution compte-tenu des restrictions mises en place pendant le confinement. La pénurie actuelle de capacités de transport, conséquence de la pandémie et de la reprise économique, a ajouté de nouvelles contraintes logistiques aux chaînes d'approvisionnement. Afin de sécuriser la capacité nécessaire pour les transports de marchandises de nos clients tout autour du monde, nous venons d'investir dans un avion-cargo. Notre objectif : les aider à surmonter les contraintes logistiques considérables auxquelles le marché est actuellement confronté.

Qu'est ce qui fait du e-commerce une opportunité pour la logistique ?
Plus durablement, la pandémie a fait évoluer les comportements d'achat. Toutes les études le montrent : le e-commerce est en plein boom et avec lui, tout le secteur de la logistique. Pour GEODIS, le développement du e-commerce a entrainé une augmentation des volumes et une prolongation de nos services de livraison jusqu'au client final, avec cette notion de traçabilité et d'instantanéité.

Quels sont vos défis au quotidien en tant que Chief Digital Products Officer de GEODIS ?
Je suis responsable des produits digitaux de l'entreprise et de leur « go-to-market ». Mes défis sont pluriels. Je dois d'abord être à l'écoute du marché et anticiper les besoins, pour garder toujours un temps d'avance. Ensuite, face au volume de données à notre disposition, je dois faire en sorte de les analyser pour les rendre « intelligentes », afin d'être pertinent par rapport aux besoins exprimés et futurs. Mon équipe est en cours de constitution. Mais l'idée est de travailler de façon transversale avec l'IT, les BU et les régions.

Thales, Sopra Steria, Vodafone, Keolis... Quel a été le fil rouge de vos choix professionnels?
Mon parcours est une suite de rencontres avec des personnes qui m'ont fait confiance, en me proposant des missions de plus en plus complexes. J'ai su relever ces challenges pour passer de l'énergie, aux transports de personnes puis à la logistique. Je ne suis jamais restée dans ma zone de confort, je suis toujours curieuse de trouver de nouvelles façons d'aborder les problèmes. Donc le fil rouge pourrait être la prise de risques ! C'est particulièrement important pour une femme, dont la carrière est loin d'être un long fleuve tranquille. Je m'aperçois avec le recul que j'ai toujours évolué dans de grandes entreprises, ayant une dimension internationale : j'aime évoluer dans un environnement multiculturel et ouvert à la diversité.

Si un jeune dip' vous rejoint, sur quels projets pourra-t-il travailler à vos côtés ?
Aujourd'hui, la transformation digitale s'impose à toutes les entreprises et on ne peut l'ignorer. Pour les jeunes « digital natives », cette dimension est naturelle. Ils sont donc particulièrement bienvenus pour nous accompagner sur cette problématique, ainsi que sur l'exploitation des données. Leur fraîcheur, combinée à l'expérience des plus expérimentés sur la conduite de changements, représente pour nous une richesse intergénérationnelle essentielle.

Quelles qualités recherchez-vous pour matcher avec la culture GEODIS ?
Les jeunes dip' que nous recrutons doivent se retrouver dans nos cinq valeurs que sont l'engagement, l'innovation, la confiance, la solidarité et la passion. Si je devais citer des qualités, ce serait la capacité d'adaptation, l'esprit d'équipe et l'initiative. Pour étoffer nos équipes et accompagner notre stratégie digital/data, nous recherchons des jeunes qui se reconnaissent dans cette culture, notamment pour intégrer notre toute récente Data et Digital factory.

Ma Sorbonne ?
Ce qui fait à la fois la force et la difficulté de l'université, c'est l'indépendance. Elle pousse à évoluer par soi-même, ce qui peut aussi parfois désorienter. Une chose est sûre, on y gagne en autonomie et en initiative, qualités dont les entreprises sont ensuite friandes.

CHIFFRES-CLÉS
8,4 milliards €, dont **64 %** à l'international
41 000 collaborateurs
165 000 clients actifs
Réseau mondial couvrant près de **170** pays

ASMA.AIDI@GEODIS.COM

“ Université de Paris a pour ambition de se hisser au niveau des meilleures universités de recherche intensive dans le monde ”

Près d'un article scientifique sur dix publié en France est issu des laboratoires de l'Université de Paris. Elle délivre 8 % des doctorats au niveau national et développe une recherche au meilleur niveau mondial, directement connectée aux enjeux et aux acteurs internationaux. Christine Clerici, présidente d'Université de Paris, nous en dit plus. Propos recueillis par Clarisse Watine

© DIDIER GOUPY

LE secret de votre recherche pour se hisser au meilleur niveau mondial ?

Ce n'est pas un secret ! Université de Paris a pour ambition de se hisser au niveau des meilleures universités de recherche intensive dans le monde. Elle a pour cela des domaines d'excellence : santé, sciences formelles, naturelles et expérimentales, sciences humaines et sociales, tout en favorisant l'interdisciplinarité, qui fait partie de son ADN. Mais surtout, ce succès c'est celui d'une communauté de talents qui rassemble nos enseignants-chercheurs, chercheurs, personnels de soutien à la recherche, doctorants et post-doctorants. Une communauté que nous soutenons et entourons à travers le financement de projets de recherche, le soutien aux unités de recherche, l'investissement dans des équipements de pointe, ou encore en facilitant les échanges avec les meilleures universités. Même si Université de Paris est une université récente, elle bénéficie des talents des deux universités fondatrices et de l'Institut de Physique du Globe de Paris, qui investissent dans la recherche et dans les recrutements de haut niveau depuis de nombreuses années.

Pourquoi Université de Paris est-elle au cœur d'un véritable écosystème d'innovation ?

Université de Paris a pour ambition de stimuler l'innovation auprès de ses communautés scientifiques et étudiantes et de s'inscrire au cœur de l'écosystème francilien pour relever les grands défis de demain. Nos relations avec le monde socio-économique sont en plein essor. Un important travail d'accompagnement de nos chercheurs est en cours dont nous constatons d'ores et déjà les effets : environ 500 contrats sont signés chaque année en relation avec des industriels représentant près de 40 millions d'euros / an. Nous progressons également dans la détection et la protection des inventions (20 brevets déposés / an). Nous avons une action ciblée sur la prématuration et la maturation auxquelles nous consacrons 5,7 millions d'euros / an, permettant de faire émerger une vingtaine de projets à fort potentiel de valorisation dont cinq startup en moyenne. Enfin, nous attendons de connaître le calendrier de création des Pôles Universitaires d'Innovation inscrits dans la LPR qui concentrent les acteurs de l'écosystème régional d'innovation. Ces PUI concerneront au moins les grandes universités de recherche et Université de Paris se positionnera avec les acteurs de l'innovation de son écosystème dont la SATT Erganeo, mais aussi les organismes de recherche.

Les diplômés d'Université de Paris : des catalyseurs d'innovation ?

Nos étudiants bénéficient d'une formation par la recherche qui les conduit naturellement à repousser en permanence les limites de leurs connaissances. Ils et elles participent à la production de travaux publiés dans les plus grandes revues scientifiques, et, pour certains, en côtoyant les chercheurs les plus en pointe dans nos unités de recherche, deviennent des inventeurs à l'origine d'innovations issues de nos laboratoires. Cette culture de la recherche ouverte vers l'innovation, les conduit naturellement vers une meilleure insertion dans le monde socio-économique.

Si on vous dit « le futur Mark Zuckerberg se trouve sans doute à Université de Paris » : à quel profil pensez-vous spontanément ?

Nous avons de nombreux talents et nous aspirons à faire de notre université un vivier d'entrepreneurs et entrepreneuses. Nous avons déjà de belles success stories avec par exemple la startup Everzom montée par l'une de nos doctorantes, Jeanne Volatron, qui figure parmi les plus prometteuses dans le domaine des biothérapies. Nous allons renforcer notre accompagnement des doctorants à travers un nouveau et ambitieux programme « Project Factory » offrant à ces jeunes, accompagnés de professionnels de la valorisation, l'opportunité de devenir les pépites de demain.


© SANOFI

Chez Sanofi, la recherche s'accélère… foncez !


© SANOFI

« Vous voulez repousser les frontières de l'impossible ? Rejoignez une entreprise bio-pharmaceutique mondiale qui vous laisse les coudées franches pour imaginer la santé de demain », lance aux jeunes diplômés Nadir Ammour (Université de Paris 94), Global Lead, External engagement chez Sanofi Recherche et Développement. Par Fanny Bijaoui

« **L'innovation** est une bonne idée qui est commercialement viable »

Focus sur votre mission ?

Je travaille au sein du département Clinical Innovation Office de la division Clinical Science and Operations, responsables des études cliniques de Sanofi R&D. Le développement clinique est une étape critique avant la mise sur le marché de nouveaux médicaments, or cette phase prend de plus en plus de temps et ralentie l'accès des patients à des thérapies innovantes. L'enjeu réside aujourd'hui dans l'accélération de la recherche à hauteur de 25 à 30 % pour réduire le temps d'accès à de nouveaux médicaments et ceci à un coût économiquement supportable. Nos leviers pour y arriver ? Ne pas travailler seuls, mais co-créer avec les institutions hospitalo-universitaires, académiques, associations de patients, les agences réglementaires, les consortiums d'industriels et de professionnels de santé.

Des exemples de cette synergie ?

Depuis une dizaine d'années, le programme Innovative Medicines Initiative (IMI) est le plus grand partenariat public-privé au monde dans le domaine des sciences de la vie placé sous l'égide de la Commission Européenne. Son objectif ? Accélérer le développement des vaccins, des médicaments et des traitements de nouvelle génération. J'ai la chance de travailler sur des sujets inédits comme l'interopérabilité des systèmes de santé qui permet la réutilisation des données de santé pour accélérer la recherche, mais aussi sur des projets de médecine digitale pour améliorer le diagnostic et le suivi du patient. Sanofi est aussi co-leader du projet européen Trials At Home qui a démarré en 2019 et se poursuit jusqu'en 2024. Il s'agit de permettre aux patients de participer à des essais cliniques tout en restant à domicile.

Le plus excitant dans votre job ?

Rendre l'impossible possible ! Quand on travaille sur un sujet complexe comme la réutilisation des données de santé pour la recherche, les problématiques liées à la protection des données personnelles et de confidentialité paraissent insurmontables. Notre démarche consiste à lever ces barrières en s'inscrivant dans le cadre légal et éthique. La protection des personnes et de leurs droits est notre préoccupation permanente quel que soit les projets que nous menons. Je travaille avec des jeunes diplômés en droit, biologie, informatique, pharmacie, data sciences et je leur dis : « voilà des projets que personne n'a traité jusqu'à aujourd'hui. Utilisez votre créativité et imaginez des solutions auxquelles personnes n'a pensé. »

Les profils qui boostent votre créativité ?

La diversité des compétences : biologie, médicale, informatique, des spécialistes du design, des juristes, des acheteurs pour négocier les contrats, des chefs de projets dotés d'une âme de leader, mais aussi les compétences personnelles : la diplomatie, la communication, l'écoute, la capacité de synthèse. C'est très stimulant de confronter ses idées avec des professionnels du monde entier. Cette émulation est enrichissante et formatrice, d'autant que tous les collaborateurs ont voix au chapitre. N'ayez pas peur de vous attaquer à des sujets d'innovation difficiles, vous êtes chez nous pour ça !

#UniversitéDeParis

« Après mes études de chirurgie dentaire à Alger et une expérience à l'université de Chicago, j'ai complété mes études en France par un certificat en implantologie, un DU d'Informatique médicale et de Sciences économique et sociale de la santé. Université de Paris m'a ouvert l'esprit. La connaissance n'est pas figée. C'est un processus en permanente évolution grâce à des individus qui challengent le statu quo et bousculent l'ordre établi. »

Le conseil aux jeunes dip'

« En entretien, outre le diplôme, j'évalue la capacité d'une personne à être résiliant et à s'adapter à un environnement qui peut changer du jour au lendemain. Car la route de l'innovation est longue et semée d'embûches. »

NADIR.AMMOUR@SANOFI.COM


© Pascal Levy / Panthéon-Sorbonne

L'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne a une nouvelle présidente ! Seconde femme à occuper ce poste après Hélène Ahrweiler en 1976, Christine Neau-Leduc succède à Georges Haddad et à l'administration provisoire qui assurait la gestion de l'établissement depuis le 2 septembre 2020. Rencontre. Propos recueillis par Clarisse Watine

« Comme un think tank, Paris 1 a pleinement un rôle à jouer dans les débats de société »

Qu'est-ce qui vous a poussée à vous porter candidate à la présidence de l'Université ?

Un attachement profond à cette université qui m'a accueillie. C'est une très belle maison, une référence (notamment pour les juristes dont je fais partie) et être élue par mes pairs à sa tête a été un véritable honneur. Attachée à sa liberté académique et à l'originalité de ses formations, Paris 1 est une université qui se démarque par son caractère innovant. Nous avons par exemple lancé il y a 30 ans un institut dédié au développement durable, bien avant que ce sujet soit à la mode. Tout cela me donne chaque jour envie de m'investir pour permettre à l'Université de continuer à être la grande maison qu'elle est.

Devenir présidente d'université en pleine crise Covid : challenging ?

Si gérer la crise est bien sûr un challenge de taille, le fait d'avoir débuté mon mandat en janvier, alors que le second semestre avait commencé, l'a été tout autant. Mais nous avons décidé d'aborder les éventuels changements avec sérénité. Car si la crise nous a prouvé l'extrême résilience de l'Université alors qu'elle était projetée dans l'inconnu, il est crucial aujourd'hui de permettre aux collègues, enseignants et étudiants qui ont tenu le coup, de pouvoir désormais se projeter sur un temps long.

Que souhaitez-vous apporter à Paris 1 ?

De la sérénité et du dialogue pour poursuivre les grands projets enclenchés par l'Université. Je pense bien sûr à Una Europa, au Campus Condorcet et à Sorbonne Alliance, que je vois comme les trois piliers stratégiques de Paris 1 pour les prochaines années. Una Europa répond en effet à des enjeux fondamentaux de l'Université : le développement de l'enseignement supérieur avec des universités partenaires et la volonté politique d'affirmer son ancrage européen.

Vous voyez donc l'avenir de Paris 1 comme résolument collectif ?

Absolument. Car notre rayonnement se conçoit aujourd'hui au niveau européen et au niveau mondial, dans la coopération et l'échange avec d'autres universités et partenaires, quels que soient leurs statuts. Pour appréhender le changement d'échelle que vit l'enseignement supérieur, certains ont fait le choix de la fusion. Nous avons préféré opter pour un modèle collaboratif très structurant et tout aussi transformant sur la durée. Une stratégie qui fait pleinement écho à l'ADN de Paris 1, une université très ouverte par nature.

Les gros dossiers qui ne quitteront pas votre bureau cette année ?

D'abord, l'amélioration de notre fonctionnement interne au service d'une plus grande qualité de vie au travail et dans les études. Le chantier du PIA4 ensuite, qui répond à notre volonté d'être plus réactifs dans la réponse à ce type d'appel à projet (pour lequel nous avons construit une réponse en 2 mois !). Je pense aussi aux liens avec IAE Paris Sorbonne Business School, à conforter en concertation avec l'Ecole de management de la Sorbonne.

Les universités ont toute leur place pour être / booster des écosystèmes d'innovation : qu'en pensez-vous ?

Bien sûr : car l'innovation nait dans les universités ! Cela se manifeste sans doute plus facilement dans les universités spécialisées en sciences de la vie ou en sciences appliquées, mais cela se vérifie aussi pleinement dans les universités de SHS comme la nôtre. A la manière d'un think tank, nous avons pleinement un rôle à jouer dans la société. Un rôle de partage de nos connaissances et de nos expertises avec et pour les décideurs, afin de contribuer de façon concrète aux grands débats de société.


© Pascal Levy / Panthéon-Sorbonne

Encourager la montée en compétences et accueillir les jeunes de tous horizons, c'est la mission que relève au quotidien l'étonnante **Delphine Dupré (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne 04),** Directrice L&D Corporate d'Accor. Par Aurélie Nicolas



Accor met la formation au cœur

Comment Accor a-t-il su conserver sa dynamique de croissance dans le contexte sanitaire ?

En tant que premier groupe hôtelier d'Europe, nous avons bien sûr été frappés de plein fouet par la crise sanitaire. Néanmoins, dès l'été 2020, nous avons pris plusieurs mesures pour retrouver un second souffle. D'abord, le protocole d'hygiène renforcé « AllSafe », approuvé par Bureau Veritas, nous a permis de rassurer nos clients et de les encourager à revenir dans nos hôtels. En parallèle, nous avons mis en avant notre offre « LifeStyle » qui s'adapte aux nouvelles façons de voyager et de se divertir, comme notre concept « Jo & Joe » proche d'une auberge de jeunesse, ou nos boutiques hôtels « 25 hours » au design unique. Nous sommes maintenant sur la voie de la reprise.

Jeunes diplômés et tourisme : pourquoi ça matche ?

Le tourisme a toujours été un secteur qui attire les jeunes. En outre, il est connu pour jouer un rôle d'ascenseur social. Chez Accor, nous y sommes très attachés. Notre fonds « All Heartists » a ainsi facilité l'accueil des jeunes dans le cadre de l'action gouvernementale « 1 jeune 1 solution ». De même, notre challenge « TakeOff » permet depuis 2012 à 500 étudiants issus de 86 écoles de tourisme de 26 pays différents d'avoir la chance, pour les finalistes, de présenter au siège leurs projets touristiques innovants en lien avec la stratégie Accor. Enfin, nous avons un emboarding très complet pour nos jeunes recrues et chacun peut évoluer en intégrant une de nos cinq académies à travers le monde.

En quoi consiste votre rôle de Directrice Learning & Development Corporate ?

Tout simplement à traduire la stratégie du groupe en parcours de formation et en développement de compétences. Dans le contexte de travail post-Covid, je travaille par exemple au lancement du programme « Vitamines » afin d'insuffler de nouvelles pratiques de management, de collaboration et de communication au sein des équipes. L'accord de télétravail que nous venons de signer prévoit en effet 12 jours de télétravail par mois : cela suppose de nouvelles façons de travailler, notamment pour les managers, qui ont besoin d'être accompagnés pour recréer du lien.

Quelle est LA best practice L&D Corporate chez Accor que vous seriez fière de voir reproduite chez vos pairs ?

De par mon parcours personnel, j'encourage les équipes à se former tout au long de leur vie et à ne pas hésiter à avoir recours à la VAE (Validation des Acquis de l'Expérience). Je suis particulièrement fière d'avoir lancé en 2017/2018 un processus de « VAE collective » auprès de huit assistantes au siège. Accompagnées par un cabinet deux jours par mois, elles ont toutes préparé et obtenu une licence professionnelle en management des organisations. Une reconnaissance qui leur a permis d'évoluer vers des postes d'assistantes Comex ou en Ressources Humaines par exemple.



© ABACApress/Didier Delmas

Vous êtes également diplômée en petite enfance, en cake design, vous gérez une maison d'hôtes... Avez-vous un conseil pour la jeune génération ?

J'ai un parcours atypique. J'ai passé mon bac en candidat libre et grâce à mon BAFA, j'ai commencé comme animatrice en ZEP. Ensuite, j'ai obtenu un BTS assistante de direction en candidat libre, avant de m'inscrire à la Sorbonne. Puis en Master 2 RH à l'IAE Caen, à distance. Il y a deux ans, j'ai décidé de passer un CAP pâtisserie : c'est rassurant d'avoir plusieurs cordes à son arc, d'autant qu'on a plusieurs métiers dans une vie. Mon conseil ? Faites-vous confiance ! Le travail paie. Rien n'est impossible quand on a la volonté et l'envie !

Mon souvenir de la Sorbonne

Durant deux ans, je me suis rendue à la Sorbonne toutes les fins de semaine, samedi matin compris, pour préparer une maîtrise en sciences de gestion. Concilier travail, vie de famille et études est un sacré challenge pour lequel il faut vraiment l'adhésion des proches. A la Sorbonne, je me suis découvert une passion pour les RH et pour la finance, que je mets à profit au quotidien.

L'alternance, j'y crois !

Mon mémoire à la Sorbonne portait sur les vertus de l'alternance. Après avoir souffert d'une mauvaise image, elle est aujourd'hui reconnue comme un moyen efficace d'insertion professionnelle mais aussi d'orientation. Tous les deux ans, je recrute des alternants en RH et je leur fais systématiquement découvrir l'ensemble des facettes du métier, pour les aider à se positionner.

DELPHINE.DUPRE@ACCOR.COM



Chiesi, le choix de la différence

Saviez-vous qu'à côté des grands labos pharmaceutiques œuvre depuis trois générations le laboratoire italien Chiesi ? Une société à mission familiale, indépendante et engagée, qui laisse s'exprimer les talents, comme l'explique Corinne David (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne 04), DRH de Chiesi. Par Aurélie Nicolas

Quel est le positionnement de Chiesi sur un marché très concurrentiel ?

Notre positionnement, c'est notre différence. Nous sommes un laboratoire européen à dimension internationale, mais nous avons su rester depuis 85 ans une société familiale indépendante. Nous avons choisi de nous positionner sur trois domaines thérapeutiques : les maladies chroniques respiratoires, la médecine de spécialités et les maladies rares. En France, Chiesi est présent historiquement sur toute la chaîne de valeur ajoutée : Recherche & Développement, Production & Distribution et mise à disposition auprès des professionnels de santé et des patients.

Jeunes diplômés et secteur pharmaceutique : un pari d'avenir évident ?

Clairement. Choisir l'industrie pharmaceutique, c'est pouvoir contribuer à améliorer la santé des patients. En parallèle, comme il s'agit d'un secteur très réglementé, il y a encore beaucoup de défis à relever et d'innovations à apporter, ce qui est particulièrement stimulant. R&D, usine, terrain… la palette de métiers est vraiment très large.



Chiesi recrute !

Des pharmaciens, des chimistes, des médecins, mais aussi des diplômés en marketing, communication, finance, RH, administration des ventes, Key Account management… L'important est d'avoir la « fibre humaine », une personnalité affirmée, la volonté d'apprendre et une grande autonomie.

CHIFFRES-CLÉS 2020

Laboratoire familial italien non côté en bourse
Société à mission en France et certifié B Corp au niveau mondial
Plus de **6 000** collaborateurs dans le monde
CA : **2** milliards €
22 % de son CA réinvestis en R&D
Certifié GPTW et Top Employer en 2020

Chiesi a adopté en avril 2021 le statut de société à mission. Le reflet de vos valeurs et de vos engagements ?

Oui, tout à fait. Et nous sommes très fiers d'être la première entreprise du secteur pharmaceutique à s'orienter dans cette voie. Au travers de cette démarche, nous aspirons à créer une dynamique, en encourageant d'autres acteurs du secteur à nous rejoindre. Conjuguer innovation thérapeutique et engagements sociétaux et environnementaux est au cœur de notre stratégie d'entreprise. Nous avons défini une raison d'être qui nous correspond, autour de trois axes : innovation, bien être des collaborateurs et engagement sociétal.

- **Innover avec nos parties prenantes** pour apporter des solutions en santé, qui prennent en compte les besoins des patients, des aidants et des professionnels de santé
- **Agir ensemble pour le développement et le bien-être de nos collaborateurs,** ainsi que pour la diversité et l'inclusion
- **Contribuer à la protection de l'environnement et de la Société** au travers de nos actions responsables dans l'ensemble de nos activités.

Nous sommes très attentifs à la diversité et à l'inclusion, tant en termes de handicap, de genre que d'origine sociale. Nous sommes également très fiers d'être certifiés Benefit Corporation* au niveau mondial. Pour donner un exemple concret, notre site industriel de la Chaussée-Saint-Victor est entièrement « green » : recyclage de l'eau, usage de matériaux recyclés, abeilles sur le toit… Chaque année, nos collaborateurs peuvent choisir de s'impliquer dans notre programme de développement durable « We Act »* et voir le fruit de leur engagement sur le terrain.

Astrazeneca, Johnson&Johnson, Abbott, aujourd'hui Chiesi… Comment voyez-vous le rôle du DRH dans un groupe pharmaceutique ?

Ce rôle est le même quel que soit le secteur : développer le capital humain et renforcer les compétences. Le maître-mot est l'adaptabilité aux différentes cultures. Un bon DRH doit savoir être curieux, être à l'écoute et agile. Et pour réussir les transformations, il doit pouvoir proposer des solutions pragmatiques qui respectent à la fois le passé, correspondent au présent et anticipent le futur. C'est vraiment le triptyque gagnant.

Un exemple de la façon dont vous accompagnez vos jeunes collaborateurs ?

Nous avons mis en place un programme d'intégration spécifique à la fois pour les familiariser avec nos produits, les réglementations en vigueur et notre culture d'entreprise. Certains de nos collaborateurs sont embarqués très rapidement dans notre programme « Joy », où ils ont l'opportunité de travailler sur des projets stratégiques au niveau international. L'objectif étant de de présenter leurs pistes de réflexion et d'actions devant le comité stratégique Corporate. Nous sommes convaincus de l'intérêt du travail d'équipe et faisons confiance aux jeunes recrues, qui vont vite être responsabilisées et plongées dans le vif du sujet en gérant ou participant à des projets. C'est notre différence par rapport aux grands groupes, et nous la revendiquons !

* Benefit Corporation : certification qui répond à des exigences sociétales et environnementales, de gouvernance et de transparence envers le public.
*We Act : We actively Care For Tomorrow

La Sorbonne pour moi…

…a été une formation très forte et complète au niveau théorique, que j'ai eu rapidement l'opportunité de mettre en pratique. J'y ai surtout apprécié la diversité des profils rencontrés et le travail en groupe.

C.DAVID@CHIESI.COM

Arts, Lettres, Langues et Sciences Humaines / Droit et Science politique / Economie et Gestion / Santé, Sciences et Technologies : vous trouverez forcément votre bonheur dans les expertises cœur d'Aix-Marseille Université (AMU) ! Eric Berton, son président, nous dit tout des projets disruptifs qui vous attendent cette année dans la plus grande université francophone pluridisciplinaire. Propos recueillis par Clarisse Watine


© AMU-Dircom

Aix-Marseille Université la plus grande université francophone pluridisciplinaire en mode innovation !


© Sarah Chambon

2021 / 2022 pour Aix-Marseille Université c'est… ?

L'année d'une rentrée que l'on espère la plus « normale » possible. Nous devons remettre l'Université en mouvement, pour nos étudiants, mais aussi pour nos agents via une politique de retour sur site précautionneuse, un développement et un accompagnement du télétravail. C'est aussi l'année de la quête de sens, celle d'un travail de fond sur notre vision et notre trajectoire pour AMU en 2030. C'est également l'année d'une politique de déploiement d'une démarche qualité, inscrite en fil rouge dans la stratégie de l'Université et au cœur de laquelle nous plaçons l'étudiant. Tout cela bien sûr en poursuivant nos démarches d'université socialement engagée.

Aix-Marseille Université est une « université de recherche intensive ». C'est donc dans les murs d'AMU que les grandes innovations de demain se préparent ?

Aix-Marseille Université est une université engagée et impactante qui revendique effectivement l'excellence de sa recherche. Cela la conduit à s'illustrer comme une université en pointe, actrice et promotrice de travaux de recherche en matière d'IA, de biodiversité, d'environnement (grâce notamment au Conseil du Climat que nous avons lancé il y a un an et demi), de SHS, d'industries créatives… Alors oui, on peut dire que de grandes innovations se préparent à AMU !

Des exemples de travaux particulièrement disruptifs ?

Au travers des projets CISAM et CISAM +, nous développons une vraie culture de l'innovation basée sur les liens entre formation, recherche et interdisciplinarité. Comme le prouve DRONAMU, un projet de formation, de recherche et d'innovation, fruit d'un travail collaboratif entre des étudiants, des enseignants-chercheurs issus des six composantes d'AMU, ainsi que des industriels. Ensemble, ils œuvrent à la conception d'un drone de transport totalement efficace sur la délivrance de colis sur le dernier km. Une approche inter disciplines et inter composantes d'AMU que nous souhaitons développer dans d'autres domaines comme la santé ou les industries créatives par exemple.

Aix-Marseille Université et IA, pourquoi ça matche ?

En 2021, AMU et la Délégation Ministérielle pour l'Intelligence Artificielle ont engagé une collaboration pour le développement régional dans le champ de l'Intelligence Artificielle, via la création de formations spécialisées. L'objectif ? Faire en sorte qu'AMU devienne le centre névralgique de l'IA en France. Cela passe, entre autres, par des formations de niveau master sur la crypto monnaie ou l'usage de l'IA dans la santé. Mais aussi par des relations globales et approfondies avec les ministères de l'Intérieur et des Armées.

AMU est lauréate de l'appel à projet de la Commission Européenne pour construire CIVIS, a European Civic University. Dites-nous en plus.

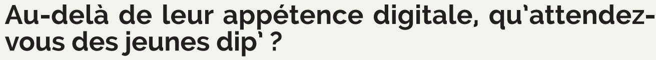
Aix-Marseille Université, l'Université Nationale d'Athènes, l'Université Libre de Bruxelles, l'Université de Bucarest, l'Université Autonome de Madrid, l'Université La Sapienza de Rome, l'Université de Stockholm et l'Université Eberhard Karls de Tübingen, unissent leurs forces pour construire cette alliance universitaire européenne créée sous le statut d'université européenne. Cette alliance permettra notamment à nos étudiants de voyager et de suivre des formations dans les universités membres. Une vraie chance pour nos élèves donc, mais reste à savoir si les instances étatiques européennes sont réellement prêtes à faire des universités européennes autre chose qu'un lieu d'échange inter-étudiants et à imaginer de vrais diplômes européens. Partisans de favoriser le sentiment d'appartenance de nos étudiants à CIVIS et ce dès la L1, nous avons décidé d'apposer le logo et le design de l'alliance au verso des cartes étudiantes d'AMU.

Janssen
l'innovation comme antidote

Si vous souhaitez effectuer une mission qui a du sens, le monde de la santé ne manque pas d'opportunités. Une quête qui ne cesse d'animer Vincent Perrin (Master 2 Économie, Aix-Marseille Université 97), Business Unit Director Immunology/Rare Diseases/Neurosciences/Virology chez Janssen. Par Violaine Cherrier


© JANSSEN

Après des études en économie, pourquoi avoir choisi le monde de la santé ?
Étudiant, je n'aurais jamais pensé effectuer quasiment toute ma carrière dans ce secteur que je connaissais à peine. Donc comment en suis-je arrivé là ? En restant curieux et ouvert ! Je me suis peu à peu spécialisé dans la santé grâce à différents stages effectués tout au long de mes études et qui m'ont donné envie d'aller voir du côté des industriels. Ce qui m'anime au quotidien ? Constater à quel point les innovations, médicaments ou solutions que nous mettons à disposition des médecins et de leurs patients peuvent changer leur quotidien.



Au-delà de leur appétence digitale, qu'attendez-vous des jeunes dip' ?
Qu'ils nous disruptent, qu'ils challengent le statu quo et qu'ils nous amènent à nous poser les bonnes questions. Leur point de vue différent fait écho aux nouvelles formes de management auxquelles je suis particulièrement sensible, comme le concept de *servant leadership*. Les jeunes talents ont beaucoup à nous apprendre en terme d'agilité, pour éviter les approches top down et de communautés pour favoriser l'innovation.

Comment Janssen peut-il répondre à leurs attentes ?
Ce qui m'a plu chez Janssen, c'est le champ des possibles. Ici, on demande aux collaborateurs ce qu'ils savent faire et non quel diplôme ils ont. C'est aussi une entreprise qui a l'intelligence de laisser ses talents s'épanouir ailleurs et de revenir ensuite encore plus forts. C'est exactement ce que j'ai fait : je suis parti quelques années chez Danone puis je suis revenu.

Alors comment faire la différence pour vous rejoindre ?
Quand je reçois des candidats, je teste leur personnalité plus que leurs compétences. Sont-ils curieux, ont-ils envie de se remettre en question, quelle est leur agilité mentale, comment peuvent-ils nous aider à sortir grandis d'une crise… ? Voilà ce qui fait la différence en recrutement. Il faut garder en tête que l'on entre dans l'entreprise par ses connaissances, mais que l'on fera certainement un métier complètement différent deux ans après. C'est cet état d'esprit là que nous cherchons, et c'est ce que Janssen peut offrir.

Un conseil à leur adresser ?
Croyez-en vous ! Le contexte actuel impose une certaine forme de résilience. Vous avez peu de chances d'être recruté au premier CV envoyé. Donc faites des choix, assumez-les et soyez résilients. Un recrutement est gagnant-gagnant : à vous aussi de choisir votre entreprise. Demandez-vous ce qui vous anime dans l'industrie pharmaceutique, pourquoi vous postulez chez Janssen… ou au contraire, pourquoi vous ne souhaitez pas candidater. C'est par votre passion que vous convaincrez. Donc trouvez ce qui vous anime.

Mes années fac
« Le monde universitaire m'a appris à comprendre des sujets nouveaux, à creuser en profondeur des sujets spécifiques, et j'y ai ajouté une couche de curiosité et d'ouverture… Des qualités qui me servent encore tous les jours. Janssen a un partenariat avec Aix-Marseille Université et j'ai été bluffé par les compétences techniques de certains étudiants. »

La preuve par l'exemple avec C'maconsult
Concrètement, comment s'exprime cette ambition d'améliorer le parcours de soins ? En investissant fortement dans le digital et la data science afin de mieux comprendre le customer journey. « Nous avons créé en 2018 un centre d'excellence digitale. Sur la base des méthodes agiles, notre équipe a développé une application mobile, C'maconsult, pour optimiser la consultation des patients atteints de la maladie de Crohn. Ils renseignent en amont du rendez-vous l'ensemble des points qu'ils souhaitent aborder avec leur médecin, pour une prise en charge optimale le jour J. Un vrai gain de temps et d'efficacité pour tout le monde. »

VPERRIN@ITS.JNJ.COM

PASàPAS maîtriser les technologies pour les rendre plus humaines !

Partenaire privilégié de SAP, PASàPAS (groupe Talan) accompagne et valorise dans la durée ses collaborateurs et clients sur la maîtrise de ce standard mondial en matière de progiciel de gestion intégré. Explications de Francis Roche (MIAGE Aix-Marseille Université 87), son Directeur Général. Par Bertrand Bourgine

Le marqueur qui distingue PASàPAS sur l'accompagnement SAP ?

La réponse se trouve dans notre nom. Sur notre marché des ETI et des PME, pour lesquels SAP est un gros investissement dans leur SI sur le long terme, nous sommes un partenaire non disruptif qui s'inscrit dans la durée. 100 % SAP, PASàPAS s'est construit sur le principe de l'amélioration continue de l'usage que font nos clients de cet ERP pour en tirer le meilleur parti.

Quelles sont vos principales activités ?

PASàPAS offre une couverture complète des enjeux SAP à travers quatre métiers : l'infogérance, le conseil et l'intégration, le support et la maintenance, la data et la business intelligence.

Le rachat de PASàPAS par le groupe Talan en mai dernier, qu'est-ce que ça change ?

Pour nos consultants, c'est l'opportunité d'étendre leur terrain de jeux sur des métiers complémentaires, voire d'envisager une carrière internationale sur cinq continents. Pour Talan, qui recrute énormément de jeunes diplômés, c'est aussi nous accompagner pour montrer que les métiers du service B2B autour de SAP sont en croissance et en pleine évolution.

Ce qui prime chez vos consultants : la personnalité ou les capacités ?

Ce qui prime, c'est la curiosité. Consultant n'est pas un métier où l'on a l'expertise à vie mais où l'on acquiert des compétences au fur et à mesure de sa carrière. La capacité à vivre dans un écosystème riche, à partager avec des experts et à s'enrichir sur des compétences techniques qui donnent lieu à des formations et à des certifications est importante. Nous accompagnons et valorisons nos consultants au quotidien, ce qui explique aussi notre taux de démission le plus faible du marché : moins de 5 %, contre 20 % en moyenne pour les entreprises du secteur.

Ce qui vous anime le plus au quotidien ?

Ma plus belle récompense, c'est de voir grandir mes clients et collaborateurs, les voir s'épanouir et se développer. Après, une bonne journée, c'est avoir pu gérer son agenda, ce qui n'est pas le quotidien d'un DG et nécessite de faire un don de soi-même ! Pratiquant beaucoup la voile, ma mission est la même que lorsque je suis skipper : être à disposition, ne pas avoir forcément d'agenda et monter sur le pont quand il y a du gros temps !

Un instant « feel good » pour illustrer la vie en équipe chez PASàPAS ?

Juste avant la pandémie, en février 2020, un kick-off a rassemblé l'ensemble des salariés à Chamonix. Une grève SNCF a contraint quelque 200 collaborateurs à prendre des cars pour s'y rendre. Cette expédition improvisée a contribué à ce que la fête soit encore plus réussie. L'esprit de Chamonix est resté et a permis au collectif de mieux vivre le premier confinement qui a suivi. Ce que nous demandent aujourd'hui nos consultants, c'est un Chamonix bis !

Le plus du Master MIAGE Aix-Marseille et l'atout des diplômés des universités ?

J'ai eu la chance de faire partie de la toute première promo. Cette formation pluridisciplinaire nous a bien préparés à aborder les problématiques SI des entreprises, de façon pragmatique avec le bon bagage académique. Ce qu'amène l'université, c'est l'autonomie pour travailler sur un certain nombre de sujets car on continue à appliquer dans l'entreprise ce qu'on faisait au quotidien dans notre formation. C'est à dire cette capacité à s'ouvrir, suivre des cursus sans contrainte et se développer à travers cette curiosité.



#JobBoard

Les principaux métiers sur lesquels vous recrutez ?

La gouvernance de la donnée, intermédiaire entre la technique et la gestion, est une priorité. Nous cherchons aussi des développeurs, profils Epitech/Epita, et des personnes capables d'orchestrer entre elles sur SAP différentes solutions de gestion. C'est souvent de cela dont les entreprises ont besoin ! De façon générale, nous avons besoin de chefs de projet et de consultants techniques et fonctionnels autour des domaines logistique, finance et data.



RECRUTEMENT@PASAPAS.COM - WWW.PASAPAS.COM/RECRUTEMENT-PASAPAS.HTML

Elu en novembre 2020 à la tête d'une des plus grandes universités juridiques françaises, Stéphane Braconnier œuvre déjà à façonner les contours de l'Université Paris 2 Panthéon-Assas de demain. Une université qu'il entend toujours plus ouverte, plus internationale, plus connectée aux entreprises, une « université qui montre la voie ». Propos recueillis par Clarisse Watine


© Université Paris 2 Panthéon - Assas

« Ayez confiance dans notre capacité à vous offrir le meilleur ! »

Devenir président d'université en pleine pandémie mondiale : un défi de taille ?
Paradoxalement, le plus difficile n'a pas été d'arriver pendant la pandémie (même si elle a bien sûr été un élément de complexité supplémentaire), mais d'arriver en novembre. En effet, le président est généralement élu en juin, une période plus calme lui laissant un peu de temps pour préparer la rentrée. Elu en plein milieu du semestre, tout était déjà en route au début de mon mandat : il fallait prendre le train en marche, un train qu'il n'était pas question d'arrêter ! Dans ce contexte, la crise a facilité ma prise de fonctions, me privant certes de certains aspects agréables (cérémonies, réunions…) mais me ménageant du temps, ce qui manque le plus à un président d'université !

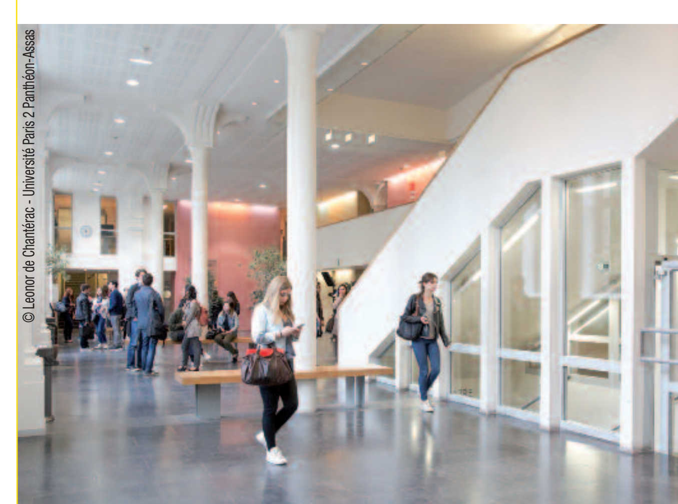
Pourquoi avoir été candidat à la présidence de l'Université ?
Je crois que pour être candidat et faire prospérer sa candidature à ce type de poste, il faut avoir une vision à 10 ou 15 ans pour l'Université. Et je pense avoir tracé les contours de ma vision, celle d'une université ouverte sur son environnement académique, les entreprises, l'international, l'apprentissage, la formation permanente… celle d'une université qui montre la voie.

La voie pour répondre aux enjeux du monde contemporain ?
Bien sûr ! Par exemple, comment parler d'environnement sans aborder les enjeux juridiques de l'environnement (occupation des sols, implantation des éoliennes, grands procès contre des entreprises polluantes…) ? Il en va de même pour la bioéthique, ou encore pour le numérique avec toutes les problématiques liées à la justice prédictive notamment.

Autre grand défi pour l'université : celui d'une meilleure connaissance et diffusion du droit dans la société ?
Alors que le grand public parle beaucoup de droit, la maîtrise des concepts juridiques par les citoyens reste effectivement faible. Car le droit n'est enseigné nulle part ailleurs qu'à l'université. Aujourd'hui, il faut leur apporter au plus tôt cette culture, avec la promotion de l'option Droit & Grands enjeux contemporains au lycée. Paris 2 entend d'ailleurs jouer le rôle d'université pilote dans l'enseignement des professeurs du Secondaire à cette discipline, via un DU qui devrait voir le jour dans les prochains mois.

Quels sont les trois grands leviers à activer pour atteindre votre vision pour Paris 2 ?
L'international, où nous ne sommes pas assez attractifs. Certains diraient que c'est parce que le droit est une discipline plutôt nationale, mais comment peut-on sérieusement penser améliorer la pratique, la connaissance et l'écriture du droit si on ne regarde pas ce qui se fait dans les autres systèmes juridiques ? Nos principaux chantiers en la matière : envoyer massivement des étudiants français à l'international et recevoir plus d'étudiants étrangers chez nous, améliorer nos places dans les classements internationaux, développer plus de cours en anglais et pousser nos réflexions pour entrer dans une université européenne.
L'entreprise. Il faut que les cabinets d'avocats et les entreprises soient plus présents à l'Université. D'autant que Paris 2 est une université plutôt business friendly ! Tout l'enjeu est de renforcer et de pérenniser le lien entre les entreprises et l'université. D'où la création de notre fondation partenariale à horizon 2022 pour les réunir autour de grands projets structurants.
La création d'un Etablissement Public Expérimental à horizon 2022. Celui-ci se construit actuellement, autour de l'Université, avec l'ISIT, Efrei Paris, le CFJ et l'Ecole W. L'objectif ? Créer des synergies porteuses de sens pour favoriser la création d'un espace académique nouveau autour de nouvelles disciplines. Car si l'Université n'évolue pas, elle se met en risque.

« Ma vision pour l'Université Paris 2 Panthéon-Assas ? Etre une université qui montre la voie »


© Leonor de Chantérac - Université Paris 2 Panthéon-Assas



Lorsqu'il était intervenu pour la première fois dans nos colonnes, en 2019, Denis Couderchet (Université Paris 2 Panthéon-Assas 01) était Directeur Corporate Finance de Banque Populaire Rives de Paris. Aujourd'hui, c'est en tant que Directeur Grandes Entreprises et Ingénieries qu'il partage la vision de son entreprise, l'évolution de sa fonction et la jonction avec son parcours. Par Léa Benhadouche

Pour Banque Populaire Rives de Paris la proximité est capitale

De Directeur Corporate Finance à Directeur Grandes Entreprises et Ingénieries : il n'y a qu'un pas ?

J'ai intégré la Banque Populaire Rives de Paris en 2014 pour créer et animer la direction Corporate Finance. Depuis, celle-ci a grandi et fortement évolué avec le renforcement de la volonté d'accompagner tout le haut de bilan de nos clients entreprises. Fin 2019, toutes les autres ingénieries / expertises et l'agence grandes entreprises sont venues compléter le dispositif de la Direction, devenue Direction Grandes Entreprises et Ingénieries. Je me suis senti valorisé par cette marque de confiance, tant sur le plan managérial que métier.

En quoi consiste exactement votre métier ?

Avant tout, être manager et animateur des équipes. Mon métier consiste ensuite à accompagner les réseaux professionnels, entreprises et banque privée de la banque pour trouver des solutions d'experts à tous les besoins spécifiques de nos clients. Cet accompagnement s'inscrit dans une logique de partenariat bancaire de long terme avec les entreprises de notre territoire.

La spécificité de Banque Populaire Rives de Paris qu'on ne trouve nulle part ailleurs ?

C'est une banque de proximité qui accompagne le territoire francilien et ses habitants : particuliers, professionnels, artisans, PME, ETI… En plus de cette identité territoriale, notre spécificité est notre modèle mutualiste. La banque est détenue par ses clients et engagée pour les servir du mieux possible. Notre directeur général, Yves Gevin, et les membres du Comité Exécutif sont très accessibles et engagés dans les dossiers clients aux côtés des équipes.

Quelle importance revêtent les enjeux du développement durable au sein du groupe ?

Ceux-ci sont un axe prioritaire du plan stratégique 2022-2024 du Groupe BPCE, auquel appartient Banque Populaire Rives de Paris. Politique zéro papier, finance durable et responsable, investissements dans les énergies renouvelables, mobilité verte… Il y a un fort engagement sur ces sujets de la part du groupe et des banques qui le composent.

Les forces de votre entreprise révélées par la crise sanitaire et économique ?

Proximité et engagement. Au plus fort de la crise, notre modèle s'est révélé agile et réactif et ce dynamisme s'est perçu à travers une mobilisation intense de la banque et de ses collaborateurs sur les prêts garantis par l'Etat (PGE) pour accompagner les secteurs économiques les plus fragilisés de notre territoire, comme l'hôtellerie et la restauration par exemple.

Et vous, qu'avez-vous appris sur votre métier grâce à la crise ?

J'ai commencé à apprendre à manager à distance. Le confinement et le couvre-feu ont parfois provoqué une solitude professionnelle chez certains salariés. Je veillais du mieux possible à garder le contact avec les membres de l'équipe pour échanger sur leur travail ou juste parfois simplement prendre des nouvelles. J'ai essayé de recréer du collectif à travers ces sessions en visio-conférence ensemble.

Recrutez-vous dans vos équipes ?

Au sein de mon service, nous recrutons environ 10 à 12 stagiaires par an, idéalement des étudiants en fin d'études, qui peuvent réaliser un stage de six mois en immersion totale au sein des métiers représentés dans la direction. Ils sont directement intégrés au parcours client, de la rencontre jusqu'à la signature de l'opération chez l'avocat, afin qu'ils puissent voir le métier de A à Z … en passant par toutes les lettres de l'alphabet !

Souvenirs d'études !

Une personne m'a profondément marquée durant mes études, Michelle de Mourgues, professeur de macro-économie et directrice du Magistère Banque-Finance d'Assas que j'ai pu intégrer en 1998. Son grand livre bleu, intitulé *La monnaie,* m'a passionné et m'a fait adorer la macro-économie durant mon cycle universitaire.

CHIFFRES-CLÉS

2 200 collaborateurs / **220** agences
717 000 clients / **560** millions € de PNB / **2,2** milliards € de PGE accordés par la Banque Populaire Rives de Paris sur plus de **30** milliards € réalisés par le Groupe BPCE

MARIE-BEATRICE.VERNIERE@RIVESPARIS.BANQUEPOPULAIRE.FR
SERVICEBPRIRECRUTEMENTETGESTIONDESCARRIERES@RIVESPARIS.BANQUEPOPULAIRE.FR

Au cœur des enjeux économiques actuels, la cybersécurité ne connaît pas la crise et a besoin de compétences nouvelles, comme l'explique **Patrick Guyonneau (ENSTA Bretagne 93, Université Paris 2 Panthéon-Assas 95),** Directeur de la sécurité du groupe Orange.

Par Aurélie Nicolas



© ORANGE

Orange donne de la couleur à votre avenir !

© ORANGE

La cyber sécurité n'a jamais été autant d'actualité. Un défi de taille pour un groupe comme Orange ?

Clairement. La menace est particulièrement élevée pour Orange car les données des opérateurs de communication sont toujours très prisées, de par leur pertinence, par les cybercriminels. En outre, Orange représente une grande surface d'attaques compte tenu de sa présence en tant qu'opérateur dans 26 pays et de ses nombreuses activités : téléphonie, réseaux de téléphonie 4G et 5G, satellites, câbles sous-marins, banque, ou e-santé.

En tant que Directeur de la sécurité, quelles sont vos principales missions et ambitions ?

La filière sécurité d'Orange rassemble 3 000 personnes réparties dans 350 filiales. Son périmètre est global puisqu'il regroupe la cybersécurité, les risques géopolitiques, la sûreté de nos installations face aux actes criminels et la gestion de crise. Ma mission y est triple. Tout d'abord « organiser » ces différentes activités de sécurité au sein du groupe, pour que les politiques du groupe soient bien déclinées localement. Ensuite, « impulser » une dynamique pour innover en permanence face aux nouvelles menaces qui pèsent sur nous et nos fournisseurs, afin de protéger notre chaîne de valeur. Enfin, « intéresser » et sensibiliser la direction et l'ensemble des 150 000 collaborateurs. La sécurité est l'affaire de tous. D'où un travail d'animation quotidien pour transmettre les gestes de prévention et diffuser les bonnes informations pour alerter sans effrayer.

Vous avez travaillé à la DGA, au ministère des Armées et au ministère de l'Intérieur. Des expériences utiles aujourd'hui chez Orange ?

J'ai en effet eu la chance d'avoir un parcours diversifié dans le secteur public. J'ai pu y découvrir les différentes facettes de la sécurité : criminalité, sécurité intérieure, enjeux de la France dans le monde… Je retrouve cela chez Orange en étant en charge à la fois des vols ou agressions dans nos boutiques, des dégradations de nos installations 5G, de la sécurité de nos salariés dans des pays à risques (comme le Mali ou plus récemment la Guinée), ou de la lutte contre les cyberattaques. L'ensemble de mes expériences précédentes m'a apporté une double culture projet et innovation qui me sert aujourd'hui.

Pourquoi avez-vous besoin des jeunes dip' ?

Nous sommes dans un monde de plus en plus numérisé, et la crise sanitaire a démontré l'intérêt des plateformes pour travailler, se soigner, se nourrir… La cybersécurité est donc au cœur des enjeux… et elle ne connaît pas la crise ! De nouveaux métiers apparaissent au fil de l'évolution des technologies et les jeunes diplômés en seront les acteurs. En tant qu'opérateur de confiance, soucieux d'une connectivité « éthique », Orange a besoin de talents pour préserver les données de ses clients et partager, ensuite, cette expertise technique auprès d'autres entreprises via sa filiale Orange Cyberdefense. Les opportunités et les passerelles sont nombreuses en France et à l'étranger, et les chantiers passionnants. A commencer par la connectivité des JO 2024, dont nous sommes prestataire officiel.

Des conseils pour que ces jeunes talents deviennent de futurs managers ?

Savoir s'adapter en permanence : voilà la clé ! Il leur faudra toujours apprendre et évoluer pour anticiper les avancées du monde numérique dans l'Internet des Objets ou l'e-santé notamment. Nos métiers sont au cœur des enjeux sociétaux d'accessibilité et d'égalité des territoires. Nous formons et accompagnons nos collaborateurs pour les aider à développer cette vision globale du métier et accéder à des postes d'encadrement. Pour cela, ils devront se montrer ouverts, curieux et bien se connaître, afin de saisir les opportunités quand elles se présenteront.

Orange recrute !

Plusieurs centaines de recrutements sont ouverts sur 2021/2022. Des experts en cybersécurité, en cloud, en 5G, en IA… mais également des postes d'analystes, de juristes ou encore, de commerciaux.

Mon Assas

La sécurité est très liée aux obligations fixées par l'Etat (droit public, droit de la consommation…). Mon Master 2 Défense et Sécurité m'a permis d'acquérir de l'agilité et des réflexes juridiques, notamment sur la hiérarchie des normes ou la jurisprudence européenne, qui me servent encore au quotidien. Je garde également en mémoire mes cours d'histoire et de sciences politiques, simplement brillants !

SECURITY.JOBLINE@ORANGE.COM

UGAP
l'achat juste au bénéfice des services publics !

A la fois acheteur et distributeur, l'Union des groupements d'achats publics propose une très large palette de métiers aux jeunes diplômés. Tour d'horizons avec **Guillaume Malespine (Paris 2 Panthéon-Assas 96),** Directeur Audit, Contrôle interne et Risques à l'UGAP.

Par Bertrand Bourgine

© UGAP

Qu'est-ce qui singularise l'UGAP ?

L'UGAP est la seule centrale d'achat public généraliste en France. Notre activité ? L'achat pour revente de biens d'équipements et de services. Notre métier ? Satisfaire les besoins métiers des services publics de l'État, des collectivités territoriales et des organismes du secteur hospitalier et du médico-social. L'UGAP accompagne aussi les personnes publiques dans leur démarche de transformation interne par la promotion de nouveaux usages ou de solutions innovantes. Nous ne sommes pas un simple distributeur de fournitures. Notre spécificité, c'est de faire de l'achat pour revente (rôle de grossiste), alors que la plupart des autres centrales d'achat public européennes sont des intermédiaires qui mettent en relation un fournisseur et un client final.

La politique de conformité, plus que jamais au cœur des achats ?

Très clairement. Dans son activité d'achat pour revente, l'UGAP est à la confluence entre ses 700 fournisseurs de rang 1 et ses 21 500 clients. C'est dire que la politique de conformité, entendue, notamment, comme maîtrise des risques d'atteinte à la probité, prévention et détection de la fraude, respect des exigences élémentaires en matière d'éthique, est d'une impérieuse nécessité. Elle est un gage de confiance pour nos parties prenantes. Ces thèmes relevant de la compliance sont de plus en plus présents dans les formations proposées par les universités ou les grandes écoles. Il faut s'en féliciter. On peut citer ici le DU « Responsable conformité / Compliance Officer » de l'Université Paris 2, dirigé par le Professeur Antoine Gaudemet et Maître Emmanuel Breen. Mais il y a des formations semblables dans d'autres prestigieuses universités.

La signature qui incarne l'ambition de vos équipes ?

Maîtriser les risques pour créer de la valeur : c'est cela notre signature ! Poursuivre la croissance, saisir les opportunités et maîtriser les risques liés à l'activité, ce n'est pas du tout antinomique. Dans toutes les fonctions exercées par notre direction, le contrôle interne, la conformité, l'audit interne, les collaborateurs ont résolument une approche « business partner ». Nous ne sommes pas un corps d'inspection.

Vous êtes médiateur interne : en quoi consiste cette mission ?

La médiation est l'un de modes amiables de résolution des différends. En tant que médiateur, j'interviens dans le cadre d'un litige entre l'UGAP et un client ou un fournisseur, voire les deux, avant que le juge ne soit saisi. Mon rôle, comme tiers neutre, est de mettre les gens autour de la table, de conduire, dans le cadre d'échanges couverts par la plus stricte confidentialité, un processus de négociation au terme duquel les parties vont trouver elles-mêmes la solution à leur différend. En d'autres termes, mon rôle est de recréer du lien, de restaurer des relations d'affaires de confiance entre les parties au litige.

Deux bonnes raisons de recruter en faisant le « pari de Paris 2 » ?

Elles sont liées, de mon point de vue : l'excellence de l'enseignement académique dispensé, d'une part, l'ouverture de Paris 2 sur l'entreprise, et la prise en compte de ses besoins métiers, avec la formation continue, notamment, d'autre part. Au-delà de la qualité de leur formation, nous accordons à l'UGAP une attention toute particulière aux soft skills des candidats qui veulent nous rejoindre, c'est-à-dire l'aisance relationnelle, la capacité d'adaptation, l'aptitude à créer et animer des réseaux.

© UGAP



#JobBoard

Si l'achat public est son cœur de métier, l'UGAP propose aussi toutes les facettes des métiers d'un distributeur qui tournent autour de la logistique, du digital et de l'analyse des données (data scientist, data analyst, etc.) ou du site web marchand (web designer, web marketeur, etc.).

CHIFFRES-CLÉS

1 500 collaborateurs (répartis entre le siège social et un réseau de **25** délégations territoriales)
954 000 commandes (dont **41 %** en ligne sur ugap.fr)
5,19 milliards € HT d'activité, dont **4,67** milliards € en qualité de grossiste et **520** millions € d'achats de gaz/électricité
1,4 million de références actives issues de plus de **3 400** marchés actifs

GMALESPINE@UGAP.FR
UGAP-RECRUTE.TALENT-SOFT.COM



VINCI Energies Nucléaire

mettez vos neurones en fusion !

« Venez impulser les changements au cœur même de la filière du nucléaire ! » lance - Marc Vigoureux (Université Paris 2 Panthéon-Assas 86), Directeur Administratif & Financier de VINCI Energies Nucléaire. Toute la filière du BTP vous propose des aventures humaines incroyables, il est temps d'élargir vos horizons. Par Fanny Bijaoui

Les grands défis à venir du pôle Nucléaire de VINCI Energies ?

L'enjeu principal c'est le renouveau de la filière. Nous avons cessé de construire des centrales pendant des dizaines d'années avant de lancer l'EPR de Flamanville. Il y a eu beaucoup de difficultés et l'ensemble de la filière doit en tirer les enseignements. Ainsi, VINCI Energies Nucléaire lance son plan AVENIR dont la devise pourrait être : « bon du premier coup ». Il s'agit d'avoir une qualité totale dans la ligne de production de nos outils.

Le nucléaire, c'est...

Une chance pour la France ! On ne fait pas mieux aujourd'hui. Un gramme d'uranium permet de faire autant qu'une tonne de pétrole, tout en étant bas carbone ! Les énergies renouvelables sont des outils importants, mais ne remplaceront pas le nucléaire. Il faut dépasser les a priori. C'est en faisant partie du problème que l'on fait partie de la solution. Alors précipitez-vous dans cette filière et contribuez aux améliorations environnementales indispensables. Le nucléaire est bas carbone mais le BTP dans son ensemble est très énergivore. C'est pourquoi le groupe à un objectif de réduction de 40 % de ses émissions de gaz à effets de serre d'ici 2030. L'étape d'après, c'est la neutralité carbone. Pour impulser cette démarche, le groupe a lancé l'an dernier le Prix de l'Environnement qui récompense les meilleures initiatives de terrain proposées par les collaborateurs du monde entier.

Quid des opportunités pour les jeunes diplômés ?

Nous coordonnons les actions d'une quinzaine de filiales découpées en une trentaine d'entreprises. Nous recrutons 250 personnes tous les ans et nous avons 50 offres d'emplois ouvertes. Toute la filière BTP propose des aventures humaines incroyables. Nous avons besoin de techniciens, d'ingénieurs, de comptables, de richesses humaines...

Les soft skills qui singularisent les candidats ?

Les deux facteurs clés de la réussite sont le respect des engagements et la mobilité géographique. Quand j'embauche un jeune diplômé, je sais que j'aurai un poste pour lui, mais je ne sais ni où ni quand. Pendant un an, il suit un parcours pépinière via des formations, des visites d'entreprises... Il doit accepter le principe de mobilité quand l'opportunité se présente. S'il souhaite voyager, VINCI Energies est présent sur les cinq continents.

Quel manager êtes-vous ?

Chez VINCI Energies, nous avons une organisation décentralisée en petites équipes polyvalentes, autonomes et réactives. Dans ce contexte, accueillir des jeunes est très facile. Ils montent rapidement en compétences.

#InstantDAF vos conseils aux jeunes diplômés ?

« Ne vous limitez pas aux études ! Militez dans des associations ou rejoignez un club sportif. Durant mon cursus, j'ai fait partie d'une association d'aide au Burkina Faso : l'Acmap. Je partais l'été pour aider à construire des écoles et des dispensaires. »

Les femmes à l'honneur

En février, le pôle Nucléaire de VINCI Energies et Women In Nuclear (WIN) France ont signé un partenariat pour encourager des femmes du Pôle Nucléaire de VINCI Energies à mettre en valeur leur parcours individuel ou collectif en participant au prix Fem'Energia, et soutenir la constitution d'un réseau interne de femmes. « Deux lauréates ont été primées l'an dernier. C'est un bon signal envoyé à toutes les jeunes filles qui hésitent encore. Osez la filière nucléaire ! »

HAFSA.ELMAHI@VINCI-ENERGIES.COM
HTTPS://EMPLOIS.VINCI.COM/

L'innovation c'est dans les grandes universités françaises que ça se passe !


© AdobeStock

L'Université, première force de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche français. Avec 74 établissements et 200 000 personnes au service de la formation et de la recherche, l'université est LE premier lieu de formation en France. 63 % des étudiants de l'enseignement supérieur font en effet le choix de l'université (soit plus d'1.6 millions de jeunes, dont 574 100 inscrits en master et 152 500 en apprentissage). C'est aussi la première destination francophone pour les étudiants étrangers.

Par Clarisse Watine

L'université s'illustre également comme la première force de recherche et d'innovation en France. Là encore, les chiffres parlent d'eux-mêmes : elle rassemble 3 000 laboratoires de recherche, 92 000 enseignants dont 57 000 enseignants-chercheurs et 74 000 doctorants. Autre fierté, et non des moindres, à son actif : 82 prix Nobel et 12 médailles Fields sont issus des universités françaises. Une force d'innovation qui rapporte : un euro investi dans l'Enseignement Supérieur et la Recherche génère quatre euros de retombées économiques.

Une employabilité record

De quoi booster l'employabilité des diplômés des universités. Selon une étude du ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation publiée en décembre 2020, leur insertion professionnelle a battu tous les records en 2020, avec des niveaux de salaires comparables aux autres formations supérieures. Ainsi, 92 % des diplômés de master sont en emploi 30 mois après l'obtention de leur diplôme. Soit le taux d'insertion le plus élevé jamais observé en master depuis la mise en place des enquêtes nationales. Un record que l'on espère voir perdurer malgré les effets de la crise Covid.

Quatre universités à la Une

Université de Bordeaux : l'innovation… par tradition !

Cinq siècles d'histoire et toujours aussi innovante. L'université de Bordeaux poursuit aujourd'hui sa transformation vers une université multidisciplinaire de recherche au rayonnement international. Un de ses principaux atouts pour y parvenir ? L'excellence de sa politique scientifique (sciences et technologies, biologie-santé, SHS) reconnue par l'IdEx Bordeaux et dotée d'un fonds de 700 millions € pour la mise en œuvre de 26 projets d'investissement spécifiques.

Université de Lille : s'unir pour mieux innover

La fusion des trois universités lilloises permet à l'Université de Lille d'aller toujours plus loin dans ses ambitions. Elle peut ainsi accéder aux grands programmes de financement comme l'I-Site Université Lille Nord-Europe. Un projet de transformation systémique de l'ensemble du paysage de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche dans les Hauts-de-France, rassemblant grandes écoles, organismes de recherche, le CHU et l'Institut Pasteur de Lille. Son but ? Créer l'Université Lille Nord-Europe, une grande université internationale classée parmi les 50 premières en Europe d'ici 10 ans.

Université Paris Nanterre : l'université des possibles

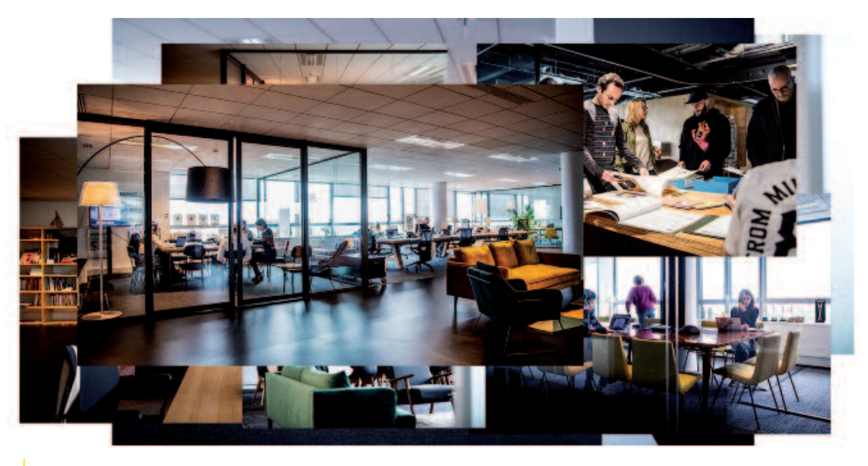
34 000 étudiants dont 400 étudiants-entrepreneurs, un incubateur, six écoles doctorales, 40 centres de recherche : l'Université Paris Nanterre est the place to be pour celles et ceux qui veulent innover. Et ça débute dès la BU ! L'université y a en effet inauguré un nouveau lieu en septembre 2021 : Le Pixel. Un espace convivial et modulable doté d'équipements numériques de pointe pour faire circuler les savoirs et les idées. Des savoirs et des idées que les diplômés de Nanterre pourront mettre au service des entreprises qui profitent déjà du talent des 120 000 alumni de l'université.

Université Claude Bernard Lyon 1, une fabrique de l'innovation

Forte d'une formation de qualité et d'une recherche d'excellence dans les domaines des sciences, des technologies, de la santé et du sport, Lyon 1 est la deuxième université française en dépôts de brevets. Avec 62 laboratoires et plus de 5 600 publications / an, Lyon 1 fait avancer la science dans de nombreux domaines : santé, mathématiques, informatique, physique, chimie, sciences de la Terre et de l'Univers, sciences du vivant… Une puissance de feu qui rayonne en France et à l'international. Présente dans le Top 100 du classement Reuters des universités les plus innovantes au monde, son approche multidisciplinaire est résolument tournée vers la résolution des grands enjeux sociétaux du 21e siècle, y compris sur des domaines de pointe comme la médecine, l'environnement et le spatial.

Havas Health & You
attrapez la fièvre de la com' santé !

A la tête de l'agence de communication santé Havas Health & You, Loris Repellin s'emploie avec ses équipes à mettre la communication et la créativité au service d'une meilleure santé. Un métier à impact et une voie à envisager absolument si vous êtes étudiant en pharmacie. La preuve concrète avec son CEO, lui-même pharmacien de formation (Université Claude Bernard Lyon I 10, ESSEC 11). Par Marine Delcros





Havas Health & You en trois chiffres clés ?

1 personne sur 100 nait autiste en France chaque année, 80 % des personnes atteintes de diabète ne suivent pas bien leur traitement et plus de la moitié des maladies graves pourraient être soignées si elles étaient dépistées plus tôt. Ces trois chiffres-là donnent tout leur sens à notre métier et expliquent notre mission : faire en sorte que les gens soient en meilleure santé avec une meilleure communication autour des risques, des traitements, etc.

L'agence a été élue French Healthcare Agency of The Year 2020 : qu'est-ce qui vous fait sortir du lot ?

Notre vision long terme. En France, les agences de communication santé ont souvent du réagir en fonction des actualités qui arrivent, sans avoir forcément de vision long terme. Ici, Yannick Bolloré, président du groupe Havas, fait de la santé une top priorité et nous donne les moyens de nous développer et d'atteindre nos objectifs. Par exemple, nous incubons des startups à Station F, un investissement important pour l'avenir et pour avoir un position de leader.

CHIFFRES-CLÉS

5 500 salariés / présent **110** pays

80 % des laboratoires pharmaceutiques travaillent avec Havas Health & You

Vous êtes diplômé en pharmacie de l'Université Claude-Bernard et en management à ESSEC BS : le combo gagnant pour devenir CEO ?

C'est un point de départ, un facilitateur, mais pas une fin en soi. Avoir fait pharma est important pour être légitime dans notre métier. L'ESSEC m'a donné une vraie ouverture d'esprit et les deux m'ont appris le goût de l'effort, de la compétition et du travail en équipe ! Mais, le plus important reste l'engagement dans le travail. Pendant 10 ans, je n'ai eu presque que mon boulot dans la vie et je ne le regrette pas. Connaître ses dossiers donne de la légitimité quand on prend très jeune la direction d'un groupe.

Une facette de votre job dont vous ne pourriez plus vous passer ?

L'impact. C'est grisant d'être patron d'une agence et de prendre des décisions qui vont avoir des conséquences, positives ou négatives sur l'entreprise et ses collaborateurs. Je serais incapable de travailler dans une entreprise où, à la fin de la journée, j'ai l'impression que ce que j'ai fait n'a rien changé.

Un souvenir marquant de vos études de pharma à l'université ?

Le concours : nous étions des centaines d'étudiants dans une salle et seulement 1 sur 6 allait le décrocher. Tout se jouait sur un QCM. C'était effrayant et en même temps excitant de se dire que le résultat, bon ou mauvais, allait changer ma vie.

Si vous n'aviez pas choisi la voie de l'université, à côté de quoi seriez-vous passé ?

Ma femme et mes meilleurs amis ! Et je n'aurais pas eu autant de choix. Quand on fait pharma, on peut ensuite bosser en officine comme salarié ou patron, être en ville, à la campagne, à l'hôpital, ou dans l'industrie pharmaceutique. On ne s'enferme pas car aucun métier ne se ressemble. D'ailleurs, je ne connais personne qui ait regretté d'avoir fait pharma.

L'instant recrutement avec Véronique Létang, DRH d'Havas Health & You

Recrutez-vous actuellement ?

Oui et même constamment ! Notamment sur des postes de concepteurs-rédacteurs médicaux, directeurs artistiques, consultants, chefs de pub et directeurs de clientèles.

Un métier pour débuter chez Havas Health & You ?

Responsable de clientèle. Il est au cœur de tout, en relation avec les concepteurs-rédacteurs médicaux, les créa, les clients, la production. C'est une sorte de chef d'orchestre du commercial.

Avis aux universités de pharma !

Havas Health & You souhaite nouer avec elles des partenariats pour faire découvrir à leurs étudiants la multitude de métiers possibles en agence de communication et leurs proposer des stages en 5e et 6e années.

LORIS.REPELLIN@HAVAS.COM
VERONIQUE.LETANG@HAVAS.COM

Sourires aux lèvres, Patrick Eychenié (Université de Bordeaux 89), secrétaire général et Cécile Annaix (Université de Rennes 17), directrice Juridique & Assurances sont intarissables sur leur entreprise. Pas de doute, METRO France mérite pour eux son 7e titre de Top Employer ! Ils invitent les jeunes diplômés à s'intéresser à cette entreprise en pleine croissance qui gagne à être connue ! Interview croisée.

Par Marine Delcros

L'excellence française au menu du groupe METRO

L'essentiel à connaitre sur METRO ?

PE. METRO France est le 1er fournisseur de produits alimentaires, non alimentaires et services auprès des restaurateurs indépendants et des commerces de bouche (cafés, bars, hôtel, bouchers-charcutiers, épiciers…). Pour cela, nous avons 98 Halles METRO implantées sur tout le territoire et animées par 9 000 collaborateurs. Tant en terme de produits que de services innovants, nous accompagnons ces commerces sur tous leurs enjeux et notamment ceux de la RSE ou de la digitalisation.

Une fierté à nous partager ?

PE. METRO France agit comme un lien entre la production et la restauration et fait en sorte de défendre l'excellence de la production et de la gastronomie française. Nous sommes d'ailleurs la seule entreprise française qui réunit autour d'elle 12 fédérations majeures, de la production jusqu'à la restauration, pour valoriser les produits français dans les menus des restaurateurs.

CA. Notre agilité durant la crise : nous avons adapté notre offre pour aider nos clients professionnels à faire de la vente à emporter notamment. Nous avons développé toute une offre de solutions digitales au service de nos restaurateurs alors qu'ils ne pouvaient plus accueillir leurs clients sur leurs terrasses et salles (Solution DISH qui a reçu le Label officiel France Relance).

Vous travaillez respectivement chez METRO depuis près 14 et 30 ans : le secret de votre fidélité ?

CA. Difficile de résumer mes années METRO mais je retiendrais deux points : l'état d'esprit de l'entreprise et la bienveillance. Les débats sont toujours directs et francs car les équipes sont constituées de personnes passionnées avec qui il est très agréable de travailler. Cette approche est précieuse. C'est ensuite une entreprise qui évolue sans cesse, avec plein d'idées et de projets stimulants et challengeant qui permettent de se questionner et de s'améliorer constamment.

PE. La multitude d'expériences que j'y ai vécus. Je suis entré sur l'aspect droit des sociétés et suis rapidement devenu juriste généraliste, puis directeur juridique adjoint, secrétaire général immobilier et aujourd'hui secrétaire général. J'ai travaillé sur des matières très différentes : juridique et assurances, relations institutionnelles, gestion du patrimoine immobilier, pilotage de la cellule de crise… Je n'ai pas vu ces 30 ans passer !



© Stéphane DE BOURGIES



© Stéphane DE BOURGIES

On mise sur la fac !

Votre meilleur argument pro-fac ?

PE. J'y ai appris à raisonner. L'université de Bordeaux m'a donné la capacité d'analyser les situations en droit et de savoir où trouver l'information. Je lui en suis extrêmement reconnaissant. En plus, Bordeaux est la plus belle ville du monde !

CA. Je partage le point de vue de Patrick : on apprend à raisonner, à structurer sa pensée, à être curieux et agile. A l'université d'économie de Rennes, j'ai pu croiser mes connaissances en droit et en économie. C'était très formateur. Et Rennes est vraiment une ville dynamique, accueillante et chaleureuse.

Juriste d'entreprise ? Le bon plan !

« Je conseille vraiment aux étudiants de rester curieux sur le rôle de juriste en entreprise qui est peu connu à la fac, affirme Patrick Eychenié. C'est une aventure extraordinaire et très riche qui permet de développer des expériences très variées.» « On peut suivre les projets de bout en bout, les voir se déployer, c'est très intéressant. C'est un aspect que l'on a moins dans un cabinet d'avocats », complète Cécile Annaix.

Convaincus ?

Ça tombe bien, METRO recrute actuellement un juriste en droit des contrats ! Rendez-vous sur Metrorecrut.fr pour postuler. Plus généralement, le groupe recrute 500 CDI par an, au siège à Nanterre mais aussi dans toutes les Halles METRO présentes sur tout le territoire.

CHIFFRES-CLÉS

4,2 milliards € de CA / **98** points de vente / **9 000** collaborateurs/ **400 000** clients professionnels alimentaires

WWW.METRORECRUT.FR/

« Ne vous arrêtez pas à vos a priori, testez l'expérience Damart ! » C'est l'appel que lance Thomas Masurel (Université de Lille 98), DSI de la marque de textile, aux jeunes diplômés. En pleine transformation, digitale notamment, l'entreprise regorge de projets motivants. Prêt à rejoindre une entreprise qui bouge ? Par Marine Delcros

© Damart

Prêt à porter la transformation digitale de Damart ?



© Damart

Une actualité à nous partager ?

La transformation et modernisation de Damart est plus que jamais d'actualité ! Nous sommes en pleine accélération. Pour cela, nous avons un gros enjeu de recrutement afin de renforcer les équipes, à la DSI, mais plus généralement dans tous les services de l'entreprise. Rendez-vous sur notre site pour voir les postes à pourvoir. C'est le moment de nous rejoindre !

Justement, après un an de Covid-19, les ventes ont bondi chez Damart : le fruit de votre plan de transformation ?

Nous avons en effet eu de très bons résultats avec notamment une croissance de + 45 % sur le web cette année pour Damartex. Nous avons également recruté 2,6 millions de nouveaux clients sur l'année. Ces chiffres démontrent la qualité du travail effectué par toutes les équipes malgré le contexte sanitaire que nous connaissons. Ils sont aussi les premiers fruits de la modernisation de la marque.Cette accélération extrêmement forte sur le digital est due au plan de transformation que nous avons eu la chance de lancer quelques mois avant la crise. J'ai d'ailleurs rejoint Damart dans ce cadre-là il y a trois ans. Le plan de transformation et la prise de conscience des équipes étaient déjà en cours au moment où l'économie française a été touchée. La crise a été un accélérateur pour en sortir plus fort. Il y a eu des moments difficiles mais les résultats sont là : nous avons réussi à nous mettre en ordre de marche pour rebondir et nous renforcer.

Il y aura donc un avant et après Covid-19 à la DSI de Damart ?

La crise a effectivement fait ressortir nos forces et nos faiblesses dans une période où il fallait prendre des décisions très vite et aller à l'essentiel. Nous avons ainsi pu agir efficacement. Jeff Bezos considère que les entreprises attendent souvent d'avoir plus de 90 % des informations qu'il faudrait idéalement connaître pour agir, alors que l'on peut prendre d'aussi bonnes décisions avec 70 % de ces infos seulement et passer à l'action rapidement. C'est ce que nous avons fait. Nous sommes également plus pragmatiques : on maîtrise mieux nos risques car le niveau de délégation est le bon, chaque acteur est à sa place pour prendre, à son niveau, les bonnes décisions.

TMASUREL@DAMARTEX.COM

Votre prochain projet en ligne de mire ?

Une étape clé de notre plan de transformation sera le lancement de notre nouveau site e-commerce en début d'année prochaine. Nous enchaînerons avec la redéfinition de l'expérience clients au sein des magasins Damart. Cela implique la mise en place de nouvelles solutions omnicanales et nécessite des compétences spécifiques au sein de la DSI pour accompagner les équipes métiers dans ce domaine.

Si vous ne deviez donner qu'un conseil à un jeune diplômé ?

Réfléchissez à votre objectif de carrière, votre cible. Je rencontre beaucoup de candidats qui ne savent pas se projeter vers l'avenir. Prenez le temps de réfléchir à ce que vous voulez faire afin que chaque décision prise pendant votre carrière soit cohérente avec la trajectoire souhaitée. Cela ne veut pas dire qu'il faut avoir une carrière linéaire mais il faut pouvoir expliquer chaque étape de son parcours au regard de son ambition professionnelle.

On mise sur l'université

En sortie d'université, quelles skills met-on en avant sur son CV pour briller en entretien ?

L'autonomie. On est beaucoup plus livré à soi-même à l'université que dans une grande école par exemple. C'est une compétence clé que l'on demande à nos collaborateurs. Ensuite, l'ouverture d'esprit dans tous les domaines. L'université foisonne de domaines différents qui cohabitent et c'est un univers qui possède de nombreuses passerelles entre filières.

Vous êtes sorti major de promo à l'Université de Lille : à quoi rêvait le jeune diplômé que vous étiez ?

CIO, mais cela me semblait un projet très ambitieux ! A l'époque, l'informatique n'était pas un secteur aussi porteur qu'aujourd'hui, c'était les débuts d'Internet. J'ai pris la vague des télécoms au bon moment. C'était un petit coup de pouce du destin : les télécoms ont ensuite explosé avec les réseaux internet et la téléphonie mobile. J'ai donc toujours voulu être CIO… et je me suis assuré que les décisions prises durant ma carrière soient cohérentes avec cet objectif !

#JobBoard

Une dizaine de postes ouverts jusqu'à 2022 !

La DSI de Damart recrute notamment trois types de profils :

- Des chefs de projets pour moderniser le système d'information
- Des ingénieurs et analysts data pour valoriser les données
- Des experts du cloud pour prendre ce virage technologique

CHIFFRES-CLÉS

Damartex : 764 millions € de CA / **3 300** collaborateurs

+ 45% de croissance sur le web cette année

Damart : 440 millions € de CA

Des bancs de la fac au siège de Tridem Pharma

Tridem Pharma est une entreprise pleine d'ambition. Ambition partagée par son Directeur Général, Gino Formini (Université de Lille 96), qui met à contribution ses qualités d'universitaire et d'expert. Retour sur ses années université. Par Léa Benhadouche


© Studio Photo Carmes à Toulouse


Tridem Pharma Afrique futur site Abidjan

Quel parcours avez-vous suivi à l'Université de Lille ?
J'ai suivi une Maîtrise en Langues Etrangères Appliquées (LEA), en anglais et en italien. Après être parti un an en Grande-Bretagne, j'ai continué mes études à l'Université de Lille en DEA Réaménagement des sociétés, spécialité étude économique des pays anglophones.

La meilleure raison d'étudier dans cette université d'après votre expérience ?
La diversité des profils des enseignants et des intervenants professionnels, issus de différents cursus, de l'économie au marketing, qui nous font bénéficier de leur expertise.

Qu'avez-vous préféré sur le campus ?
Mon UFR était délocalisée à Roubaix, sur un petit campus. Cela créait un rapport de proximité entre les étudiants, les enseignants et l'administration de l'université. C'était un lieu de rencontres où les associations étudiantes, bien que limitées, étaient actives. J'étais moi-même membre du BDE.

La plus belle qualité des universitaires selon vous ?
L'élasticité intellectuelle. L'université nous apprend qu'il n'existe pas de recette miracle face à une situation quelconque : toutes les combinaisons sont possibles. Nous écoutons, nous observons et avec les éléments à notre disposition, nous sommes capables de développer une solution à partir d'une feuille blanche. C'est la force des études à l'université. C'est cette capacité de réflexion et d'adaptabilité qui a d'ailleurs donné un élan à ma carrière.

Le fil rouge de votre carrière depuis votre diplôme justement ?
Le développement commercial à l'international dans le secteur pharmaceutique. Je ne m'y prédestinais pas mais, par la force des choses, j'y ai commencé et j'ai fini par acquérir de l'expérience en la matière. J'ai d'ailleurs créé un cabinet de conseil, basé au Maroc, qui m'a permis d'accompagner dans leur développement de nombreux laboratoires pharmaceutiques internationaux.

Vous êtes aujourd'hui Directeur Général de Tridem Pharma. Quelle est votre principale ambition pour l'entreprise ?
Devenir l'acteur n°1 de la distribution et de la promotion des médicaments en Afrique francophone et anglophone. Cette ambition est saine au regard de la concentration de notre secteur : il y a peu d'acteurs dans la profession mais beaucoup de poids lourds. Notre atout ? Un modèle économique original et innovant, basé sur des solutions intégratives. Nous fournissons une offre de service globale pour les laboratoires, au service des patients.

Dites-nous en plus sur Tridem Pharma !
Tridem Pharma est une société française du groupe Fosun Pharma. Initialement créée en 1986 pour la promotion de services médicaux en Afrique Centrale, notamment des prestations de visites médicales, l'entreprise a ajouté plusieurs cordes à son arc depuis. Tridem Pharma opère désormais dans les domaines de la veille réglementaire, l'enregistrement des médicaments pour le compte de nos partenaires, le marketing et la digitalisation, mais aussi et surtout dans la distribution pharmaceutique dans plus de 35 pays d'Afrique.

Travailler dans votre PME : pourquoi est-ce une belle opportunité pour de jeunes diplômés ?
Parce c'est une PME très agile. Le groupe promeut une culture de l'entrepreneuriat et encourage les propositions et les prises de risque. Digitalisation de l'offre, amélioration des services, projets sur-mesure... Chacun est libre de sortir de son périmètre d'action pour essayer quelque chose de nouveau, échouer s'il le faut, mais essayer, toujours. Cet état d'esprit très actuel prévaut chez Tridem Pharma et ne pourra que plaire aux jeunes générations.

#JobBoard


Tridem Pharma recrute pour son siège dans les domaines des opérations commerciales, de la qualité et des affaires réglementaires, ainsi que dans ses structures locales aux postes de direction commerciale et financière.

CHIFFRES-CLÉS

210 millions € de CA (objectif d'**1** milliard € pour 2025)

58 collaborateurs en France et **850** en Afrique / Siège social à Toulouse

EMMANUEL REY, DRH - E.REY@TRIDEM-PHARMA.COM

Venez partager une formidable aventure

« Répondre durablement aux grands défis actuels tout en apportant le progrès dans la vie quotidienne » : c'est ce que propose Jean-Manuel Soussan (Université Paris Nanterre 89), DRH du Groupe Bouygues, aux jeunes talents de tous horizons qui veulent s'épanouir dans la construction, les médias ou encore les télécoms. Par Bertrand Bourgine


© Arnaud Février

Malgré la diversité de ses activités, qu'est-ce qu'il fait le liant et l'ADN du groupe Bouygues ?

Entre le BTP, la promotion immobilière, les infrastructures de transport, l'énergie et les services, les télécoms et les médias, c'est vrai que nos activités sont extrêmement diversifiées. La mission du Groupe est d'apporter le progrès humain au plus grand nombre dans la vie quotidienne. Si notre taille est importante, Bouygues reste un groupe familial attaché à des valeurs communes comme le respect, la confiance, la créativité et la transmission. Je pense qu'il a vraiment un modèle social qui lui est propre, avec un actionnariat salarié extrêmement important et des collaborateurs qui détiennent plus de 20 % du capital. En tant que DRH, je constate qu'il y a un dialogue social permanent avec de vrais partenaires sociaux. Nous discutons de tout et n'hésitons pas à mettre tous les sujets sur la table pour trouver les bonnes réponses et solutions. C'est cela qui fait que je suis très attaché à ce groupe. En tant que RH, ma condition c'est que ce métier ne se fasse qu'à partir du moment où il y a un vrai dialogue social dans l'entreprise. Enfin dans un groupe de services comme le nôtre, le liant réside surtout dans les femmes et les hommes qui composent l'entreprise, assurent son fonctionnement et son développement. Sans eux, nous ne sommes rien !

Est-ce que 30 ans dans le monde de la construction font de vous un DRH différent ?

Lorsqu'on a évolué dans le secteur du BTP on n'oublie jamais que c'est la relation et le contact avec l'humain qui font la différence ! Cela m'a permis d'être toujours concentré sur les hommes. Si vous n'avez pas une équipe soudée et engagée, si vous n'avez pas la bonne compétence au bon endroit au bon moment, vous ne faites pas le projet !

Étiez-vous préparé à gérer la pandémie et comment avez-vous réagi ?

Personne n'était préparé à gérer un événement aussi exceptionnel. Quand je parlais de dialogue social, nous avons été l'un des premiers groupes à signer trois ou quatre jours après le premier confinement un accord d'entreprise qui essayait d'organiser cet arrêt très brutal. C'est dans ces moments-là que l'ensemble du collectif a besoin d'un signal, d'une direction pour mettre un sens dans l'action. Nous ne nous étions pas préparés, mais grâce à cette qualité du dialogue, on a réussi rapidement à aller tous dans la même direction, notamment dans la mise en place de process pour préserver la santé et la sécurité des collaborateurs lors du redémarrage de l'activité, en particulier dans la construction.

humaine et technologique avec le Groupe Bouygues !


© Nicolas Grosmond

Qu'est-ce qui sera différent, selon vous, dans le monde d'après ?
D'abord, oui, il y aura un après-covid ! Cette crise sanitaire a modifié le rapport au travail avec un phénomène accélérateur extrêmement important sur l'accès au digital. Qui connaissait Teams avant la pandémie et qui ne connaît pas Teams aujourd'hui ? Le travail hybride - c'est-à-dire le combo du travail au bureau et à distance - va gagner de plus en plus de terrain. Par contre, il faut que les entreprises accompagnent le mouvement, soient très agiles et encadrent impérativement les formes de télétravail. Après, l'entreprise reste un collectif et il faut trouver le bon équilibre entre le travail en présentiel et le télétravail.

Est-ce qu'on choisit ce métier pour les ressources ou pour l'humain ?
Je n'aime pas le terme de ressources car on parle d'abord d'hommes et de femmes. Très clairement, lorsqu'on choisit ce métier, c'est qu'on s'intéresse aux gens. Si ce n'est pas le cas, on fait autre chose !

Un projet RH dont vous êtes particulièrement fier ?
Je suis président du Centre Gustave Eiffel à Chilly-Mazarin, un centre de formation spécialisé dans le secteur du BTP. Aujourd'hui ce Centre de formation d'apprentis (CFA) est capable de proposer des formations en alternance qui vont du CAP jusqu'au diplôme d'ingénieur. Nous avons su démontrer que ce mode d'enseignement était vraiment extrêmement efficace à tous les niveaux, en particulier pour comprendre très rapidement comment fonctionne une entreprise.

Les trois qualités du jeune dip' taillé pour le groupe Bouygues ?
D'abord se forger des idées, croire en ses convictions et ne pas les trahir quelque part. Ensuite, l'esprit d'engagement pour mettre « ses moyens » sur un projet, « y aller à fond » quoi ! Et enfin, avoir vraiment l'esprit d'entrepreneur. Nous sommes dans un monde qui va tellement vite : il faut oser pousser des sujets qui sont peut-être un peu disruptifs mais qui vont apporter tellement à l'entreprise. Cela fait écho à cette citation de l'homme politique et philosophe américain Nicholas Butler qui disait « Le monde se divise en trois catégories de gens : un très petit nombre qui fait se produire les événements, un groupe un peu plus important qui veille à leur exécution et les regarde s'accomplir, et enfin une vaste majorité qui ne sait jamais ce qui s'est produit en réalité.» Un jeune dip', c'est quelqu'un qui est là pour transformer les choses !

Le conseil à leur donner ?
Quand on commence à prendre des responsabilités, la charge de travail est importante et on a souvent « la tête dans le guidon ». Toutefois il faut continuer à s'intéresser au monde, à ce qui change en France et à l'international. Il faut certes avoir les pieds sur terre… mais aussi un peu « la tête dans les étoiles. » C'est comme cela qu'on reste très pertinent dans son métier et qu'on arrive à prendre les bons virages.

Le plus de votre formation Paris Nanterre ?
J'ai eu la chance d'être embarqué dans le tout premier Magistère de droit social qui venait d'être créé. Le plus, ce qui n'était pas le cas dans les universités à l'époque, cela a été le rapprochement du monde de l'entreprise. Sur des sujets sociaux, cela a vraiment été l'une des grandes forces de cette université et, idéologiquement aussi, un grand pas en avant de franchi.

Un outil pédagogique innovant que la faculté devrait plus utiliser ?
L'alternance ! Il faut vraiment que les universités développent ce que font les écoles d'ingénieurs et de commerce aujourd'hui, c'est-à-dire ces allers-retours entre le monde professionnel et le monde académique qui permettent d'allier théorie et pratique tout en enrichissant son CV.



#JobBoard
Les principaux métiers sur lesquels vous recrutez ?
Tous les métiers de l'efficacité énergétique qui intègrent les problématiques de l'environnement. Mais aussi de bons juristes en droit social. Nanterre les forme très bien ! C'est mon côté corporatiste mais je l'assume !

CHIFFRES-CLÉS
129 000 collaborateurs
34,7 milliards € de chiffre d'affaires
81 pays
5 grands Métiers (Bouygues Construction, Bouygues Immobilier, Colas, TF1, Bouygues Telecom)

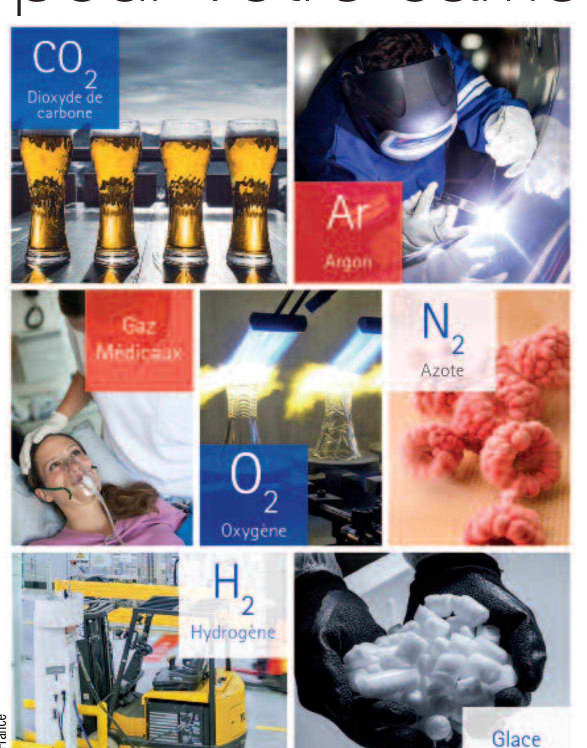
HTTPS://WWW.BOUYGUES.COM/TALENTS
JMSO@BOUYGUES.COM

Messer France mettez les gaz pour votre carrière !

Venez co-construire Messer avec nous ! » lance aux jeunes diplômés **Florent Mermaz, (ECPM 89, Université Paris Nanterre 09),** Directeur Commercial & Marketing de Messer France. Rejoignez une entreprise familiale pérenne qui produit et distribue des gaz industriels, alimentaires, spéciaux et médicaux. Oubliez vos a priori sur l'industrie et prenez une bouffée d'air frais. Par Fanny Bijaoui



© Messer France



© Messer France

Le pitch de Messer France ?

Cette entreprise familiale centenaire a acquis un leadership mondial dans la production et la distribution de gaz industriels pour tous les secteurs de l'économie : la métallurgie, l'agroalimentaire, la médecine, la chimie ou l'environnement. La salade en sachet, votre voiture ou votre parfum préféré sont fabriqués grâce à nos gaz industriels, comme l'oxygène, l'azote, l'argon ou le dioxyde de carbone. Nous les appelons Gases for Life (gaz pour la vie). Et cela donne une autre dimension à notre métier.

Votre engagement pour un monde plus durable ?

L'entreprise soutient les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies et s'engage à réduire son empreinte carbone. Nous récupérons par exemple le CO2 émis par certaines industries au cours de leurs procédés et le recyclons pour lui donner une seconde vie plutôt que de le rejeter dans l'atmosphère.

Qu'est-ce qui fait votre succès auprès des nouveaux talents ?

L'attention portée aux collaborateurs est beaucoup plus poussée que dans les grosses multinationales. Notre crédo ? C'est en s'occupant de ses employés qu'on s'occupe bien de ses clients. Nous marchons à la confiance et à l'autonomie. L'entreprise s'est bâtie grâce à des salariés engagés, motivés et exemplaires. Dès leur entrée, nous les accompagnons via un système de tutorat et nous suivons leur parcours durant deux ans. C'est le temps qu'il faut pour maîtriser les métiers du gaz. De fait, notre turn-over est faible. Nous avons une politique active de recrutement d'alternants et de bac+5 en commerce et marketing.

Les métiers qui attirent le plus ?

On peut être embauché comme responsable grands comptes, ingénieur procédés, chef de produit, sans oublier les fonctions opérationnelles pour le commerce ou la production. L'année 2022 est celle où l'on va recruter le plus. Nous sommes 350 en France sur 15 sites et 11 000 dans le monde, en Europe, en Asie et en Amérique. Chez Messer, si vous êtes motivé, vous aurez les moyens d'atteindre vos objectifs, en France et à l'international. Nous avons besoin de sang neuf alors embarquez dans cette aventure humaine et rejoignez une entreprise en croissance.

Votre « Charte du Manager », un atout clé ?

Elle est basée sur trois axes : l'animation, le développement et l'encadrement. Chez Messer, la notion du « en même temps », est essentielle. Un manager doit s'occuper à la fois des résultats et du personnel. C'est la fameuse symétrie des attentions. De même, nos collaborateurs sont créateurs de leur poste et ne se limitent pas au rôle qu'on leur confie au départ.

#UniversitéParisNanterre

Des années après avoir obtenu mon diplôme d'ingénieur à l'Ecole des Hautes Industries Chimiques de Strasbourg, j'ai choisi de suivre un Master en Marketing stratégique. Cette double formation m'a permis d'appréhender l'ensemble de la chaîne de valeur commerciale et de savoir décliner une stratégie d'entreprise en un plan d'action commercial. Si le double diplôme est très intéressant, je conseille aux jeunes d'apprendre d'abord un métier et de découvrir les rouages de l'entreprise avant d'enchaîner sur une nouvelle formation.

CHIFFRES-CLÉS

CA Groupe Messer 2020 : **3,13** milliards €
CA Messer France 2020 : **133** millions €
Collaborateurs dans le monde : **10 800**
Collaborateurs en France : **350**

RECRUTEMENT@MESSER.FR

USA, Europe… : vous avez des envies d'ailleurs pour débuter ou pour poursuivre vos études ? Bonne pioche ! Si les universités françaises n'ont pas à pâlir de leur réussite dans la compétition mondiale, étudier dans une université étrangère peut booster votre CV et propulser votre carrière. Les infos à retenir.

Par Clarisse Watine


© Unsplash

Etudier dans une université étrangère : et si vous tentiez l'aventure ?

Preuve en est avec la dernière édition du classement de Shanghai publiée le 15 août 2021. Si la France y conserve la troisième place mondiale au rang des pays reconnus pour l'excellence de leur recherche, les institutions anglo-saxonnes continuent de truster les premières marches du podium. Les Etats-Unis en tête. Seize établissements américains sont ainsi présents dans le Top 20, dont les célèbres Harvard et Stanford, respectivement première et seconde universités mondialement reconnues.

US et UK dominent le tableau

Sur la troisième marche du podium : la britannique Cambridge, emblème de la réputation des institutions d'Outre-Manche, et ce malgré l'effet Brexit. Oxford (7e) et University College London (17e) viennent compléter le tableau, permettant au Royaume-Uni d'être triplement présent dans le Top 20. Des universités anglo-saxonnes qui trustent également le Top 10 de la dernière édition du classement QS. N°1 mondial pour la 10e année consécutive, le Massachussett Institute of Technology (MIT pour les intimes) est suivi de près par Oxford et Stanford, qui complètent le podium, talonnées par Cambridge, Harvard, Caltech, University College London, UCL et University of Chicago. Avec une européenne à la 8e place : la suissesse ETH Zurich. Des universités que l'on retrouve aussi dans le Top 10 du Times Higher Education (THE). Y sont ainsi distinguées comme les meilleures universités du monde : Oxford, Caltech, Harvard, Stanford, Cambridge, le MIT, Princeton University, Berkeley, Yale et University of Chicago.

Mais l'Europe résiste !

Pour renforcer l'influence européenne dans les plus grands classements mondiaux face à ces mastodontes anglo-saxons, la Commission européenne a lancé, en écho au discours d'Emmanuel Macron à La Sorbonne en 2017, deux appels à projets pilotes en 2018 et 2019. Le but ? Tester différents modèles d'universités européennes. 41 projets de 3 ans ont ainsi été sélectionnés. Ils rassemblent plus de 280 établissements supérieurs issus des 27 Etats de l'UE et concernent près de 6.9 millions d'étudiants (18 % des étudiants européens). 32 établissements français sont impliqués dans 28 de ces alliances. « Des réseaux d'universités de plusieurs pays d'Europe, mettant en place un parcours où chacun de leurs étudiants étudiera à l'étranger et suivra des cours dans deux langues au moins. Des universités européennes qui seront aussi des lieux d'innovation pédagogique et de recherche d'excellence. Nous devons nous fixer l'objectif, d'ici à 2024, d'en construire au moins une vingtaine » annonçait alors le président français. Parmi leurs objectifs : promouvoir des valeurs européennes communes et une identité européenne renforcée autour des secteurs et disciplines universitaires, et réaliser une progression significative dans la qualité, la performance, l'attractivité et la compétitivité internationale des établissements d'enseignement supérieur.

Le plat pays aussi est sexy

Régulièrement classée parmi les meilleures universités mondiales, UC Louvain est distinguée à la 45e place du classement du THE. La plus grande université de Belgique est aussi une des plus anciennes et des plus renommées d'Europe. Grande université de recherche européenne et co-fondatrice de la Ligue européenne des universités de recherche (LERU), elle propose plus de 80 programmes internationaux (dont 11 programmes en anglais) sur ses campus répartis dans 10 villes belges. Forte d'une longue tradition de collaboration internationale en matière de recherche, l'université a lancé en 2019 un PhD program conjoint en économie appliquée avec l'IESEG. Au carrefour de l'UE, elle s'impose comme une véritable place to be pour les étudiants qui visent des carrières mondiales.

So far away…

La population étudiante mondiale a progressé de 43 % en dix ans pour atteindre 222 millions en 2017. Un nombre qui devrait dépasser les 300 millions d'ici 2027 selon les estimations de la dernière enquête de Campus France. De plus, 5.3 millions d'étudiants (soit 2.4 % de l'ensemble des étudiants) ont traversé une frontière pour étudier en 2017 (+71 % en 10 ans). Sans surprise, leurs deux principaux pays d'accueil sont anglophones : les États-Unis (qui accueillent à eux seuls près d'un étudiant sur cinq en mobilité) et le UK.

Envie de rejoindre une des rares marques de luxe indépendante, qui se lance sur le marché chinois tout en se rapprochant du cinéma et du gaming ? C'est l'aventure passionnante que vous propose de vivre **Rémy Baume (ESCP 00, Columbia 04),** CEO de Zadig&Voltaire. Par Aurélie Nicolas

Avec Zadig&Voltaire, adoptez une autre philosophie !



Avec 400 points de vente dans le monde, comment Zadig&Voltaire a-t-il traversé la crise sanitaire ? Une occasion d'accélérer votre digitalisation ?

Jusqu'ici l'immense majorité de notre business se faisait dans nos boutiques et par le digital, car le modèle de grossiste est minime. Effectivement, avec la pandémie, nous avons dû fermer successivement différents points de vente à travers le monde, mais nous avons bien géré ce choc. Déjà avant la crise, nos ventes en ligne représentaient 20 % de notre chiffre d'affaires. Nous étions prêts depuis longtemps, il ne manquait que l'appétit des clients, qui est justement venu avec cette crise. Ainsi, entre 2019 et 2021, notre chiffre d'affaires digital a tout simplement doublé ! Cette épreuve a galvanisé nos collaborateurs et renforcé leur esprit d'équipe. Nous en sortons plus forts, avec une tendance nouvelle sur la vente en « face time », mixant web et boutique. Et pour booster notre développement durant cette période troublée, nous avons su saisir de belles opportunités immobilières pour agrandir ou acquérir des boutiques.

Jeune diplômé et luxe, un pari d'avenir ?

Oui ! Le luxe est clairement le secteur qui tire la croissance de l'Europe. Il y a une vraie dynamique sectorielle, qui vient s'ajouter à une grande variété de métiers, allant de la création (textile, maroquinerie, bijouterie, parfums, montres) aux fonctions supports (finance, marketing, supply-chain…). De quoi s'amuser et apprendre tous les métiers pour un jeune diplômé ! D'autant que le luxe est actuellement à une période charnière de son histoire, en se rapprochant de l'entertainment, comme le gaming, la musique et le cinéma. La fusion de ces mondes qu'on pourrait croire distants, rend le secteur encore plus ouvert et porteur.

Columbia pour moi

J'avais envie de vivre une expérience américaine, mais je craignais certaines redites après l'ESCP. Or Columbia s'est finalement avérée très complémentaire, par la pédagogie axée sur le travail collectif et la communication orale impactante. J'y ai noué de solides amitiés et je garde un souvenir fort de l'engagement théâtral et de la performance oratoire des professeurs, à l'américaine !


© Fred Meylan

De quelle façon Zadig&Voltaire s'assure-t-il d'une fabrication « éthique » de ses produits ?

Le développement durable occupe une part immense de notre plan stratégique et motive pleinement nos équipes en interne. Nous avons toujours fait beaucoup dans ce domaine, mais discrètement. Il est temps d'en parler ! C'est pour cela que nous avons récemment structuré toutes nos actions durables au sein du programme « VoltAIRe ». Nous faisons en sorte que nos produits soient propres, certifiés durables et fabriqués avec des matériaux respectueux de l'environnement. Parmi les axes d'amélioration sur lesquels nous travaillons, citons le schéma de transports mondiaux de nos marchandises et les normes environnementales de nos boutiques, que nous mettons en conformité avec les Accords de Paris.

Avec l'ouverture de 45 points de vente, la Chine devient pour vous « the place to be » ?

Nous étions jusqu'ici surtout présents en Europe et aux Etats-Unis, avec seulement 16 boutiques en Chine. Dans une optique d'accélération de notre croissance dans l'Empire du Milieu, nous avons intégralement acquis en septembre notre Joint-Venture chinoise. Dans cinq ans, grâce à l'ouverture de 45 points de vente, nous disposerons de 60 boutiques en Chine. De quoi obtenir un bon niveau de visibilité de la marque Zadig&Voltaire dans le pays, jusqu'ici confidentielle et réservée aux connaisseurs.

L'analyse financière et le conseil, des tremplins vers les postes de direction ?

Entre 20 et 30 ans, j'avais envie de me former et d'acquérir de nombreuses compétences. Dès ma sortie de l'ESCP, j'ai effectivement passé quatre ans en banque d'affaires comme analyst chez Morgan Stanley, une expérience très formatrice. Puis je suis parti deux ans à Columbia pour continuer à apprendre, avant de rejoindre le cabinet de conseil en stratégie McKinsey pour y acquérir, là encore, d'autres méthodes. Ce bagage m'a permis d'accéder à des postes opérationnels et de rejoindre LVMH comme directeur des investissements, puis Carrefour, pour prendre en charge la transformation du groupe, puis le non-alimentaire en Europe, avant de prendre la Présidence de Kidiliz. Et pourtant, je n'avais pas bâti de plan de carrière à l'avance, cela me paraît utopique. J'étais plutôt ancré dans l'intérêt du présent, ouvert aux vents nouveaux, ce qui a occasionné de belles rencontres qui m'ont donné l'opportunité d'avoir des postes à impact, où je pouvais faire la différence.

Justement, des conseils à transmettre aux jeunes diplômés?

Nous sommes tous bien formés. Pour se démarquer, il faut avoir la passion et le feu sacré ! Mais avoir les bons outils est aussi important. Je recommande donc d'être technique pour commencer sa carrière, en faisant du codage pur, pour ceux qui aiment le digital par exemple. Et ensuite évoluer vers des fonctions de management ou de gestion de projet. Pour ma part, j'adorais les maths et la finance, ça m'a donné une tournure d'esprit et un savoir-faire en modélisation que j'utilise encore aujourd'hui par exemple.

Entre tradition et innovation, quelles sont les compétences dont le secteur du luxe a besoin aujourd'hui?

Par essence, le luxe est porté par la création, qui irrigue toutes les fonctions de l'entreprise. Néanmoins, le secteur a besoin d'autres compétences que la créativité pour assurer son avenir, dont, en premier lieu, un savoir-faire numérique. Car nous sommes devant un défi de taille : continuer à faire vivre la tradition, le contact humain et l'aspect sensoriel à travers le digital et les nouveaux formats de consommation ! En parallèle, nous avons aussi besoin d'inventer de nouvelles façons de faire pour surprendre, et d'élaborer de nouveaux scénarios qui vont raconter la marque... D'où ce rapprochement avec l'entertainment que j'évoquais.

Je suis un jeune diplômé qui vous rejoint cette année : qu'attendez-vous concrètement de moi ?

La mixité générationnelle est source de richesse. Non seulement les jeunes font partie de nos clients, mais ils ont un temps d'avance sur la mode et nous apportent leur vision du monde et leur énergie. En tant que marque indépendante, l'esprit entrepreneurial est inhérent à notre histoire. Pour exister et perdurer sur ce grand marché, nous avons donc besoin de collaborateurs agiles, ouverts au changement et bien sûr, passionnés de luxe !

Le petit + qui rend l'état d'esprit de Zadig&Voltaire si particulier ?

Dès l'origine, nous nous sommes positionnés sur le luxe décontracté. Nous proposons une nouvelle façon de vivre le luxe, avec des produits haut de gamme et une expérience client que nous souhaitons parfaite. Notre marque est depuis toujours habitée par ses clients, dans l'esprit d'une tribu. Nous sommes modernes, inclusifs et easygoing. Nos fans à la recherche d'authenticité l'ont compris et nous permettent de poursuivre cette belle aventure.



CHIFFRES-CLÉS

CA : **400** millions €

400 boutiques dans le monde

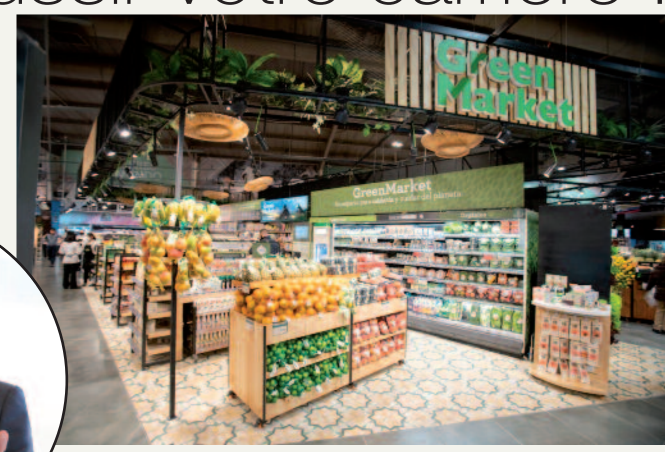
Equipes à Paris, New-York et Shanghai

RBAUME@ZADIGETVOLTAIRE.COM

Le Groupe Casino

vous donne toutes les cartes en main pour réussir votre carrière !

Jean-Charles Naouri (ENS 1967 à 1970, Harvard University de 1970 à 1972, ENA promotion Guernica, doctorat en Mathématiques), PDG du groupe Casino, en est convaincu : « il y a autant de profils que de talents ! » Découvrez comment votre profil et votre talent ont tout pour l'aider à inventer jour après jour un commerce qui ressemble à ses clients.





La différence Casino dans un secteur en profonde mutation ?

Le service de proximité, adossé à un maillage territorial très dense, que nous avons notamment à Paris et en proche banlieue avec le réseau des magasins Franprix et Monoprix. Alors que la demande se répartit entre la recherche du prix le plus bas et le souhait d'avoir de bons produits avec un service de proximité, nous faisons depuis plusieurs années le pari de cette présence urbaine renforcée. Nous l'accompagnons de services de livraison à domicile premium qui répondent à une demande grandissante des consommateurs. Autre atout majeur du groupe Casino : la plateforme de e-commerce Cdiscount. Ses 40 millions de consommateurs annuels en font un leader français face à Amazon sur le segment non-alimentaire. Cette position solide nous offre une expertise indéniable qui peut désormais être valorisée au bénéfice d'autres acteurs de la distribution, notamment en Europe.

Implanté en France comme en Amérique latine, pourquoi le groupe Casino sait-il si bien parler la langue de l'international ?

Certainement parce que nous avons toujours cherché à préserver l'identité des enseignes qui composent notre Groupe, en phase avec les attentes des consommateurs locaux. C'est particulièrement le cas en Amérique latine. En Colombie (groupe Exito), une marque comme Carulla propose des produits dignes des meilleures épiceries fines, tandis qu'Exito Wow se démarque par ses innovations technologiques. Au Brésil, deux sociétés chapeautent l'ensemble de nos enseignes : GPA gère un vaste réseau de magasins multiformats classiques, et Assai propose un service de cash & carry (vente en gros), notamment pour les familles attirées par les prix bas. Ce modèle correspond parfaitement à la sociologie actuelle du pays. Cette position en Amérique latine offre des perspectives de carrières enrichissantes à nos collaborateurs et des passerelles possibles entre les deux continents.

Sur quels métiers aurez-vous besoin du renfort des jeunes dip' en 2022 ?

Même si la transformation digitale est déjà là, les prochaines années seront déterminantes. Nous aurons notamment besoin d'excellence dans les domaines de la data science et de l'intelligence artificielle. Alors qu'elle est encore balbutiante dans le retail, l'IA va jouer un rôle stratégique dans notre secteur dans les prochaines années.

Les innovations made in « le groupe Casino » qui vous ont rendu le plus fier ces derniers mois ?

La pandémie a ravivé notre raison d'être. Nos 200 000 collaborateurs dans le monde ont été au rendez-vous. Quelques évolutions marquantes en sont la preuve. A titre d'exemple, le magasin Monoprix de Montparnasse à Paris, inauguré il y a un an, est un concentré des innovations de cette enseigne. Par ailleurs, depuis mars 2020, nous proposons un service de livraison fiable et précis, sur un créneau d'une heure, pour 50 000 références grâce à l'entrepôt automatisé de Fleury-Mérogis qui utilise la technologie du pure player britannique Ocado. Cdiscount a également lancé son activité BtoB de *marketplace* as a service Octopia. Ajoutons la montée en puissance de RelevanC, filiale tech du Groupe, sur l'exploitation des datas notamment. Toutes ces réussites nous préparent aux transformations du secteur.

A quoi ressemble le jeune talent idéal pour vous challenger ?

Il y a autant de profils que de talents. Je crois à une combinaison entre l'excellence dans un domaine précis, la hauteur de vue à long terme et une éthique managériale. C'est grâce à ce type d'intelligence qu'on arrive à avoir un coup d'avance sur les évolutions de fond.

ENA, ENS, Harvard, doctorat en mathématiques : le combo gagnant pour un PDG ?

Avec le recul, je pense que mon expérience à Harvard a été décisive dans mon parcours. J'y ai découvert une stimulation intellectuelle « jubilatoire », à l'instar de l'Ecole Normale Supérieure, avec une ouverture internationale plus grande. J'ai appris de grands professeurs, dans un climat simple et accueillant. La principale force de l'université d'Harvard est sans doute d'offrir ce mélange remarquable d'excellence académique, d'ouverture au monde par le nombre de nationalités présentes sur le campus et de grande liberté d'échanges entre les étudiants et les professeurs.

HTTPS://RECRUTEMENT.GROUPE-CASINO.FR/

Disneyland Paris, Bouygues, AccorHotels : son nom est rattaché aux plus grandes entreprises françaises, dont il a été président-directeur général. Une fonction que Gilles Pélisson occupe aujourd'hui à la tête du groupe TF1. De son diplôme d'Harvard (83) à son quotidien de boss de la plus grande chaine française en termes d'audience, il nous raconte les plus grands défis qu'il a eu à relever.

Par Marine Delcros


© Christophe Chevalin – TF1

On passe de l'autre côté des caméras avec Gilles Pélisson, PDG du Groupe TF1

Vous avez été diplômé d'Harvard en 1983 : qui était Gilles Pélisson à l'époque ?

Un jeune homme dont le rêve d'enfant était de compléter sa formation en France par un diplôme d'une université américaine. J'étais déjà diplômé de l'ESSEC et je venais de passer un an à New York où je travaillais à la Société Générale lorsque j'ai été reçu à Harvard. J'y ai passé des années que je qualifierais de pur bonheur et qui m'ont permis de travailler d'abord sur la côte Est puis à Los Angeles, dans des jobs plutôt opérationnels. Après huit années passées aux Etats-Unis, j'ai obtenu mon premier poste de directeur général en France en 1988.

Et vous êtes retourné à Harvard en 2014 pour suivre une formation en Executive Education....

En 2012, j'ai eu la chance d'intégrer le conseil d'administration d'Accenture (dont je suis aujourd'hui l'administrateur référent). L'entreprise nous a proposé en 2014 d'enrichir nos savoir-faire et notre culture en nous formant sur l'évolution de la gouvernance des entreprises et leurs conseils d'administration. J'ai alors opté à nouveau pour Harvard pour y suivre cette formation complémentaire.

Vos impressions ?

J'ai eu le grand plaisir de passer quatre jours à Cambridge, de revoir la Baker Library et tout ce qui fait le charme d'Harvard. J'ai aussi revu des professeurs très pertinents, pointus sur des sujets d'études de cas notamment. Il y avait aussi une très grande variété de profils internationaux parmi les personnes qui suivaient la formation : des entrepreneurs, des avocats, des chefs d'entreprise. C'était une expérience très riche.

Vous avez été PDG de plusieurs grandes entreprises. Quelle est la particularité de TF1 ?

J'ai toujours consacré ma vie aux entreprises de services, chez Bouygues Télécom, Accor... TF1 en est également une. D'une part, vis-à-vis de ses premiers clients que sont les téléspectateurs, auxquels nous devons proposer les contenus les plus populaires possibles. Et d'autre part, les annonceurs. Il faut donc réussir à combiner pertinence et séduction sur une gamme de genres très large allant des JT de 13h et du 20h (des propositions uniques en France) au divertissement (dans l'espoir de faire rêver les gens) en passant par les chaîne d'infos avec LCI, ou encore le cinéma, les séries, le sport.... Un formidable cocktail !

Et en termes de management, qu'est-ce que ça change ?

Le monde des médias et de la technologie bougent très vite. Il faut combiner des contenus et s'adresser à des consommateurs ayant des attentes différentes. Ce qui nécessite une réelle individualisation et un ciblage précis.

Côté humain, chacun(e) est important(e) : tous ceux qui œuvrent en coulisse, comme nos stars devant les caméras !

Ensuite, en tant que chef d'entreprise, on parle beaucoup du moyen et long terme. Mais dans l'audiovisuel, on est tributaire des audiences de la veille. Tous les soirs, il y a un nouveau match avec des concurrents différents et des enjeux économiques à la clé : on fait un pari pour chaque émission. C'est d'ailleurs ce qui différencie l'audiovisuel de l'hôtellerie par exemple, où la concurrence reste toujours la même. A la télévision, elle change tous les jours.

Le conseil du boss aux jeunes diplômés

« Choisissez bien vos patrons et patronnes, des managers avec qui vous allez pouvoir progresser et franchir des étapes. Il est important de s'attacher à la qualité du management. Ensuite, inutile aujourd'hui d'avoir un parcours stéréotypé ou de rester dans la même boite pour monter les échelons. Saisissez plutôt les opportunités !

Parlez-nous de la fusion TF1-M6 en cours : LE plus gros dossier sur votre bureau actuellement ?

C'est en effet un des dossiers pouvant être résolument transformant s'il va à son terme. Mais c'est aussi un long processus car le CSA et l'Autorité de la concurrence sont consultés et rendront leur avis fin 2022. C'est difficile de tenir en haleine les équipes, mais nous sommes convaincus que ce projet fait sens. A l'heure où les GAFAM et les géants américains se mettent en ordre de marche et parlent directement aux consommateurs avec Netflix, Amazon Prime Vidéo et Disney+, il est important d'être plus fort au niveau national. Nous sommes entrés dans ce projet en pensant qu'il y avait une vraie carte à jouer au niveau de la francophonie et de la culture d'une information de qualité méritant d'être pérennisée et amplifiée.

CHIFFRES-CLÉS

2 082 millions € de chiffre d'affaires en 2020

3 700 collaborateurs dans **10** pays en 2020

1ER groupe média du classement des entreprises les plus responsables de France en 2020 (Le Point)

1 600 heures de contenus produites par Newen en 2020

CMONTHIERS@TF1.FR

Les problématiques écologiques passionnaient déjà **Julien Rojo** lorsqu'il était étudiant au MIT (promo 2007).Comme dans cette université américaine avant-gardiste, le Group SVP – Industry Markets & Key Accounts s'engage chez SUEZ pour avoir un impact positif sur l'environnement. Souvenirs souvenirs ! Par Léa Benhadouche



Du MIT à SUEZ, même combat

Partagez-nous votre expérience au MIT !
J'étais baigné dans une émulation intellectuelle qui, selon moi, n'existe nulle part ailleurs. Etudier au MIT, c'est côtoyer des étudiants de tous horizons, de Harvard et d'autres grandes écoles, des chercheurs, des fondateurs de startups, qui évoluent dans le même écosystème. Ce qui suscite un dynamisme économique et scientifique unique au monde. Les nouveautés et le monde de demain se créent là-bas. En plus, Boston est une ville sympa où on peut y manger de très bons burgers !

Qu'avez-vous préféré sur le campus ?
Le Medialab développait énormément de nouvelles technologies au MIT, testées en live dans un des halls principaux du campus. Je me souviens notamment d'un robot capable d'interagir émotionnellement avec nous.

Les meilleures raisons d'étudier dans une université américaine selon vous ?
La force de l'enseignement qui laisse une large place à l'expérience. L'approche pédagogique du système éducatif américain encourage les étudiants à collaborer avec les entreprises pour œuvrer sur la résolution de problématiques réelles. Par ailleurs, la qualité de l'enseignement avec des professeurs reconnus, voire des Prix Nobel dont les théorèmes portent leur nom ! Et la diversité des étudiants, en provenance du monde entier, qui ont des parcours très éclectiques. Les échanges sont riches.

Quelle était la vôtre ?
Depuis le lycée, je rêvais d'étoiles et d'espace. Terre natale de la NASA, les Etats-Unis sont la destination idéale. Je voulais également vivre dans un environnement anglo-saxon.

Vous étiez assistant de recherche dans un laboratoire du MIT. Sur quel projet de recherche travailliez-vous ?
Je travaillais pour l'aviation fédérale américaine dans l'objectif de développer un outil qui évalue l'efficacité de sa politique environnementale à l'aide d'un modèle de simulation numérique. Sujet pionnier sur l'effet de l'aviation civile sur la santé humaine et le climat.

Les deux mots qui définissent le mieux SUEZ selon vous ?
Environnement durable. « Façonner un environnement durable, dès maintenant » est notre raison d'être. Elle est le reflet de notre vocation et définit nos actions. Nos métiers à forte valeur ajoutée contribuent à la préservation des éléments essentiels de notre environnement : l'eau, la terre et l'air.

Travailler chez SUEZ, c'est avoir un impact positif sur l'environnement ?
Toutes les entreprises ont cette ambition. Chez SUEZ, c'est notre cœur de métier ! Nous offrons aux jeunes diplômés la possibilité d'avoir, à travers leur activité professionnelle, un impact positif sur l'environnement, corrélé aux enjeux économiques et sociaux des territoires.

Et votre métier, en quoi consiste-il ?
J'ai deux casquettes. En externe, c'est répondre aux problématiques business des grands industriels et construire des partenariats pour les aider à réussir leur transition environnementale. En interne, c'est partager ma vision avec mes équipes, motiver et engager en donnant du sens à nos actions collectives.

Le dernier projet que vous êtes fier d'avoir mené ?
Au regard de l'intérêt d'étudier aux Etats-Unis, je pense à l'intégration de la filière eau d'un conglomérat américain. J'ai pu travailler sans difficulté avec les équipes aux USA, en France et dans le reste du monde. Le MIT m'a donné les codes pour opérer dans cet environnement multiculturel. Mon projet de recherche impliquait plusieurs laboratoires, entreprises et institutions aux Etats-Unis et en Europe. Être confronté à ces expériences avant d'entrer dans le monde professionnel est très formateur.

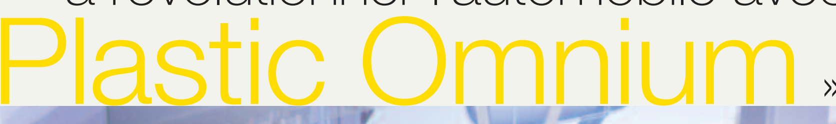


WWW.SUEZ.FR/FR-FR/CARRIERES

CHIFFRES-CLÉS

17,2 milliards € de CA en 2020 (**74 %** est admis dans la taxonomie verte européenne) / **86 000** collaborateurs sur **5** continents
87,5/100 index d'égalité femmes-hommes en France / **28,9 %** de femmes dans l'encadrement
40 contrats en VIE en moyenne en 2020 / **1 300** alternants / **1 000** stagiaires

« Aidez-nous à révolutionner l'automobile avec





Leader de la mobilité durable et connectée, passionnément attaché à l'automobile, Plastic Omnium est un groupe familial aux valeurs fortes. Son engagement dans le développement durable et le bien-être de ses collaborateurs en font un expert ouvert, mondialement reconnu et en croissance continue. Rencontre avec le Président et CEO de sa Division Clean Energy Systems, Christian Kopp (Mines Paris-PSL 89, Stanford 90). Par Jérôme Bourgine

Comment se situe Plastic Omnium dans l'actuelle évolution automobile ?

Pour répondre à la double transition technologique et énergétique, nous avons développé un réseau industriel et de recherche (25 centres de R&D dans le monde) au plus près des besoins des constructeurs. Leader mondial dans plusieurs domaines, nous développons de nombreux projets de recherche pour répondre aux enjeux de la voiture connectée et zéro émission du futur. Dans ce but, nous nouons des partenariats scientifiques et nous nous entourons d'un réseau de startups et d'écoles.

Une cause qui fédère la communauté de Plastic Omnium ?

Le développement durable est ancré dans l'ADN du groupe et il est au cœur de nos métiers et innovations. Visant la neutralité carbone d'ici 2050, notre engagement se décline à travers un programme mondial, ACT FOR ALL, visant à faire de nos 31 000 collaborateurs les acteurs de ces transformations.

Vous qui avez fréquenté plusieurs grands groupes, qu'est-ce qui vous a interpelé en arrivant chez Plastic Omnium ?

La rapidité de la prise de décisions. Mais aussi cet engagement résolu dans l'innovation, qu'elle soit industrielle, digitale ou culturelle, associée aux valeurs entrepreneuriales. Celle-ci nous a conduit à une véritable excellence opérationnelle.

Qu'apporte le fait de travailler en prise constante avec l'innovation ?

Pour un jeune ingénieur, travailler sur une plateforme faite d'innovation et d'exigence, entourés de passionnés, au cœur même du changement de société, représente une opportunité formidable d'initier un parcours professionnel passionnant.

ELSA.JAOUEN@PLASTICOMNIUM.COM

L'épanouissement de ses jeunes collaborateurs : une priorité chez Plastic Omnium ?

Très engagés dans l'accès à l'emploi des jeunes (800 stagiaires, apprentis et VIE en 2020), nous faisons de la sécurité, la santé et le bien-être de nos collaborateurs une grande priorité. Ensuite, programmes de formation, programmes individuels de développement, plans de carrière et déploiement d'outils collaboratifs sont là pour les aider à évoluer. Nous offrons un environnement de travail dynamique et focalisé sur la transformation de l'entreprise et du secteur. Si l'expérience internationale les tente, ils frappent à la bonne porte !

De quels jeunes talents avez-vous besoin pour accompagner votre développement ?

Nous recherchons des profils préparés aux nouveaux métiers : digital, automatisation, stockage haute pression, piles à combustible... Ceux qui nous rejoignent pour faire la différence et sont capables d'autonomie, d'adaptation et d'analyse, réussiront de très beaux parcours à nos côtés.

De quelles best practices typiques des universités américaines nos écoles pourraient-elle s'inspirer ?

Les choses ont peut-être évolué, mais l'enseignement américain était alors moins théorique que le nôtre. Plus pratique et proche de la culture entrepreneuriale. On y prenait plus vite conscience des besoins du business, une vraie force à mon sens. J'avais également apprécié les relations enseignant-élève : moins académiques, plus égalitaires et interactives que chez nous.

Un + de votre passage à Stanford ?

Au-delà de la qualité de l'enseignement, c'est l'ouverture internationale qui m'avait marqué. Venus du monde entier, mes condisciples étaient des personnes de valeur dont les points de vue divers m'ont poussé à élargir mes propres horizons.

CHIFFRES-CLÉS

CA 2020 : **7,7** milliards €
31 000 collaborateurs
135 usines (dans **25** pays)
et **25** centres de R&D
93 constructeurs auto clients


© BNP Paribas - Sébastien Millier

BNP Paribas

Venez accompagner le changement !

Dans un monde qui ne cesse de changer, BNP Paribas, en dépit de son envergure, a fait de l'agilité son principal driver. Définitivement centrée sur la satisfaction de ses clients, la banque n'en oublie pas pour autant de s'engager dans les grands défis de l'époque et vient d'être récompensée (entre autres) pour son leadership dans la création d'une finance réellement durable. Une responsabilité qu'elle affirme en premier lieu en interne, à la grande fierté de ses équipes. Rencontre avec Stefaan Decraene (UC Louvain 86), Head of International Retail Banking. Par Jérôme Bourgine

© Delphine GALLY

Qu'est-ce qui fait de BNP Paribas « The bank for a changing world » ?

Depuis sa création, BNP Paribas s'adapte en permanence aux problématiques d'un monde en perpétuel changement. Nous l'avons encore démontré récemment lorsque le monde a été confronté à cette crise sanitaire sans précédent. Nos habitudes professionnelles et personnelles ont changé brutalement. Nos collègues en première ligne ont su s'adapter, servir les clients particuliers et entreprises de toutes tailles et de tous secteurs, les accompagner dans leurs transformations et transitions. Aujourd'hui nous accompagnons aussi les économies vers un monde plus écologique et inclusif, une préoccupation forte pour nos clients. Nous sommes ainsi une banque à la fois diversifiée, intégrée et cherchant à renforcer l'impact positif de ses activités.

Les jeunes talents recherchent un travail qui fait sens. Or, BNP Paribas vient d'être reconnue pour son leadership dans la création d'une finance durable.

« Meilleure banque du monde pour la finance durable », «Meilleure banque du monde pour les données et les technologies ESG», zone d'excellence complémentaire de la finance durable, « Meilleure banque pour le secteur public»... Ces prix décernés par le magazine financier de référence *Euromoney* montrent que l'on ne s'en tient pas qu'aux mots ! Ils font la fierté de nos collaborateurs, honorant leur action et notre engagement collectif au service de l'actuelle et essentielle transition vers une économie durable. D'où notre objectif net Zéro carbone d'ici 2050. Une reconnaissance qui nous incite bien sûr à être toujours plus exigeants en interne côté éthique, diversité, durabilité...

Mais ces jeunes talents sont également passionnés de nouvelles technologies ?
Raison pour laquelle BNP Paribas s'est également engagé à favoriser l'éducation aux nouvelles technologies et a rejoint le mouvement Tech for Good. Tout en multipliant naturellement les actions dans ce sens en interne : création de la Digital Data Academy (formation et upskilling autour du digital et de l'agilité), initiatives diverses comme le « digital path », ces missions rotatives de 3 fois 6 mois permettant aux jeunes recrues de découvrir de nouveaux métiers... Bref, les initiatives ne manquent pas pour les accompagner.

Et côté ambiance ? BNP Paribas est-elle une entreprise où il fait bon vivre ?
Notre label Top Employeur, pour la huitième année et dans sept pays différents en est la preuve ! Cela récompense notre action particulièrement volontaire dans plusieurs domaines : la diversité et l'inclusion, l'engagement et la recherche d'impact positif. Je pense entre autres à notre programme de volontariat « 1MillionHours2Help » accordant à nos collaborateurs un million d'heures solidaires rémunérées. J'essaie à mon niveau d'encourager la bienveillance et le droit à l'erreur, et mes collaborateurs me le rendent bien par leur engagement !

Vous voici depuis 10 ans chez BNP Paribas. Qu'est-ce qui vous y a immédiatement séduit, puis qu'est-ce qui vous y a retenu ?
Sur le plan rationnel, je dirais les compétences des collaborateurs rencontrés dans le groupe, leur dynamisme et cette ambition partagée par tous : améliorer le service reçu par le client. D'un point de vue plus émotionnel, j'évoquerais le respect et l'humilité de ces mêmes collaborateurs, jusqu'au top management. Le tout associé à un réalisme qui fait que l'on se sent ici à la fois bien et en lieu sûr.

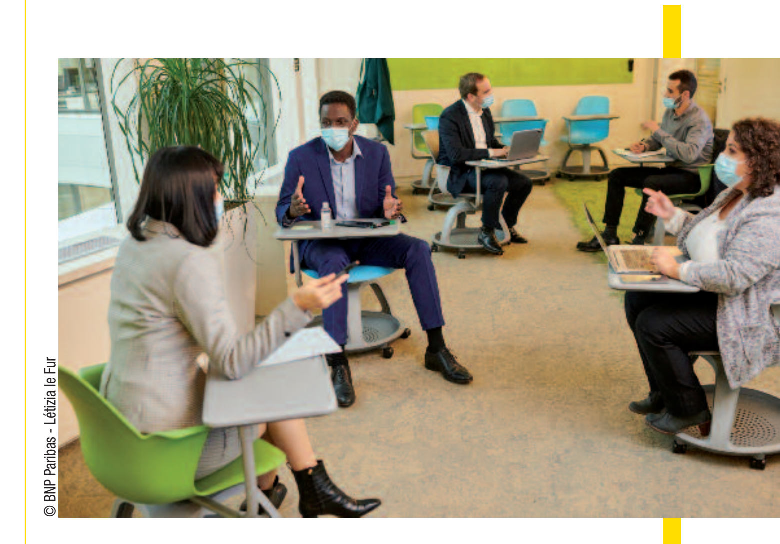
Le moment clé de votre parcours jusqu'ici ?
Il y en a eu plusieurs. Toutes les fois où j'ai réalisé que j'avais arrêté d'apprendre et, qu'en conséquences, j'ai décidé de changer de poste. Sachant que pour cela, il me fallait sortir de ma zone de confort. Autant vous apprenez de chaque situation et de chaque rencontre, autant il est essentiel tout au long de votre parcours professionnel de garder en tête et comme cap, ce qui vous guide. Pour moi, il y a trois dimensions fortes : le commercial, le management d'équipe et le contexte international. J'ai cherché à retrouver ces domaines dans les postes que j'ai occupés.

Vous dirigez la dimension internationale du groupe. Ceux qui aspirent à une expérience à l'étranger peuvent-ils compter sur vous ?
Sur les près de 15 000 personnes embauchées en 2020, environ 2 000 seulement sont recrutées en France. Cela vous montre la dimension clairement internationale du Groupe. Mais il n'est pas indispensable non plus de partir des années. Six mois à l'étranger, loin de vos bases, vous apportent énormément et vous offrent une belle valeur ajoutée. Alors, oui, nous favorisons autant que possible la mobilité, qu'elle soit fonctionnelle ou géographique, car c'est une excellente motivation.

« BNP Paribas s'engage pour les jeunes dans la société, comme banque et comme employeur ». Des exemples significatifs ?
Nos initiatives en faveur des jeunes sont nombreuses et revêtent une importance particulière depuis la crise sanitaire. Ce que rappelle la campagne de pub à leur intention lancée il y a peu : « Nous sommes là pour vous ». Un exemple plus personnel : je fais du mentoring et choisis tous les trois ans un jeune talent d'IRB pour devenir mon conseiller spécial. Je rencontre aussi régulièrement les jeunes talents à l'occasion de rendez-vous plus informels... Une façon de parrainer et développer les potentiels !

Quelle grande leçon la vie professionnelle vous a-t-elle donné qu'on n'enseigne pas sur les bancs de l'école ?
Je dirais l'importance de se frotter à la différence. Je pense notamment à l'expérience internationale dont nous parlions tout à l'heure et que ne proposait malheureusement pas l'UC Louvain à l'époque. Expérience capitale de nos jours pour devenir un bon manager. Et puisque l'on parle de manager, il y a également le leadership : fédérer une équipe, être transparent, savoir motiver, accompagner... cela ne s'apprend pas vraiment sur les bancs de l'école, mais au seul contact de la réalité et des autres, en entreprise.

Au final, trois mots pour définir BNP Paribas ?
Je vous parlerais de nos quatre leviers principaux aujourd'hui. La satisfaction du client, définitivement. L'agilité : cette capacité à réagir vite et à s'adapter au changement. La conformité : que nos actions soient « justes » en interne comme vers l'extérieur. Et enfin, devenue essentielle pour une banque : l'ouverture.


© BNP Paribas - Létizia le Fur

Que vous a apporté d'essentiel votre passage par l'UC Louvain ?

Au-delà de la qualité de l'enseignement reçu, je me souviens surtout de cette période, loin de chez moi, jeune encore (18 ans), où je me suis retrouvé pour la première fois responsable de... tout ! Mes études, ma personne, le petit appartement où je vivais, la vie quotidienne et le budget à gérer. Bref, c'était l'heure de l'indépendance, de la vraie maturité.

Qu'est-ce qui confère à l'UC Louvain cette envergure si particulière ?

Mon idée de départ était de travailler dans la diplomatie, mais l'enseignement des sciences économiques proposé par l'université était si intéressant (de fait, il y est particulièrement réputé) que j'ai changé d'avis. Le plus incroyable étant d'avoir retrouvé des années plus tard celui qui dirigeait cet enseignement et fut également mon maître de thèse au... conseil d'administration de Fortis !

CHIFFRES-CLÉS

193 000 collaborateurs dans 68 pays.

44,3 milliards € de Produit Net Bancaire pour un Résultat Net de **7,1** milliards €

DECRAENE.STEFAAN@GMAIL.COM

Prenez soin de la recherche chez Sanofi


© Longhua Liao/Getty Images

« Faire la différence pour les patients ». C'est la mission que se donne au quotidien Laurent van Lerberghe (Université de Louvain 91), Chief Strategy Officer chez Sanofi. Dans son interview, le top manager rappelle sa motivation première, avec ses succès et ses difficultés, et toujours un même cap : innover pour améliorer le quotidien des patients. Rencontre. Par Marine Delcros

© Jean Chiscano

Trois chiffres pour représenter Sanofi ?

300 000 patients bénéficient du Dupixent, un médicament indiqué dans l'asthme et la dermatite atopique lancé en 2017.
500 millions de patients immunisés grâce aux vaccins Sanofi. Rappelons ici l'importance de la prévention vaccinale au-delà du Covid-19 et la nécessité de respecter le calendrier vaccinal.
Une date : le 1er octobre, début d'Octobre Rose, la campagne de prévention contre le cancer du sein. On estime que 90 % des cancers peuvent être traités s'ils sont dépistés suffisamment tôt.

LE projet qui fera la différence pour Sanofi sur son marché en 2022 ?

All In, notre programme interne de promotion de la diversité à tous les niveaux. Nous avons fixé des objectifs précis en termes d'égalité femmes-hommes et visons une parité complète en 2025 pour les postes de leadership. Objectifs déjà atteints pour l'équipe Stratégie. C'est cette diversité, profondément ancrée dans notre ADN, qui fait de Sanofi une entreprise unique et très attrayante !

Votre plus gros challenge depuis que vous êtes Chief Strategy Officer chez Sanofi ?

Partager le cap fixé par notre stratégie « Play to Win ». Je dois, avec mon équipe, contribuer à diffuser la stratégie au sein de l'entreprise, expliquer nos priorités : Croissance, Innovation, Efficacité Opérationnelle, Culture Nouvelle. **Rappeler** l'objectif premier d'innovation et l'impact positif pour le patient. **Renforcer** la mobilisation et l'alignement derrière ces priorités communes aux 100 000 employés de Sanofi. **Amener** chacun à faire de « La » stratégie « Sa » stratégie.

Une rencontre qui vous a conforté dans votre choix de carrière ?

Les moments passés à l'écoute des patients sont uniques. Il y a quelques années, j'ai rencontré une patiente atteinte d'une forme sévère de dermatite atopique, qui m'a décrit son quotidien : démangeaisons, journées entières dans un bain froid, crème dermatologique à répétition et bandages sur l'ensemble du corps. Une vie compliquée. Elle m'a ensuite parlé de l'efficacité de notre nouveau traitement en insistant sur notre responsabilité à le rendre disponible au plus vite et pour le plus grand nombre. Un jour comme celui-là, on réalise l'impact positif que l'on peut avoir sur le quotidien des patients !

La différence Louvain

Etre formé à l'Université de Louvain : sur quoi on fait la différence ?

Louvain, fondée en 1425, est l'Université la plus ancienne de Belgique avec une qualité de l'enseignement qui s'est nourri de cet héritage. Louvain La Neuve est une ville nouvelle, organisée autour de l'Université, avec une vraie ambiance étudiante et une vie collective très riche. Elle est aussi une université humaniste, ouverte et tolérante, qui façonne les leaders avec ces mêmes valeurs et un profil unique.

De quelle manière avez-vous profité de cet enseignement ?

J'ai énormément appris lors des stages très divers effectués chaque année : deux dans la banque, deux en grande distribution et un dans l'agriculture, moins classique, à récolter des fruits et légumes. Cette dernière expérience, particulièrement exigeante physiquement, a été très enrichissante et me permet depuis de garder les pieds sur terre. Je conseille à tous les étudiants de faire des stages, dans des domaines divers, pas nécessairement ceux auxquels ils se destinent, en pensant aux expériences humaines et personnelles qu'ils en tireront.

Votre meilleur souvenir de vos années fac ?

Le programme CEMS, très novateur à l'époque, programme commun entre les meilleures écoles de management d'Europe : échange à Barcelone, en pleine transformation pour les JO 1992, cours à l'ESADE Business School, cérémonie de remise des diplômes à HEC Paris en présence de nombreux dirigeants d'entreprises sponsors. Tout ça m'a donné l'envie d'une carrière internationale tout en portant haut les couleurs de la Belgique.



#JobBoard

Sanofi offre de nombreuses opportunités. En Belgique sur son site de recherche Ablynx à Ghent, industriel à Geel ou commercial à Bruxelles. En France et dans le monde également. Partout, les compétences scientifiques et digitales sont particulièrement recherchées.

CHIFFRES-CLÉS

Présence dans **90** pays / **100 000** collaborateurs
plus de **5,5** milliards € investis en R&D en 2020

LAURENT.VANLERBERGHE@SANOFI.COM


© Yves Chanoit

Prenez le pont de la réussite avec Demathieu Bard !

© Cyrille Dupont

Découvrir une entreprise qui place l'humain et l'environnement au centre de ses constructions exceptionnelles, c'est ce que vous propose Damien Goubau (UC Louvain 91), Directeur aux Affaires Juridiques, Risques, Assurance et Conformité de Demathieu Bard. Par Aurélie Nicolas

Demathieu Bard a acquis sa renommée sur des ouvrages d'art complexes. Ses atouts pour maintenir son leadership ?

Avec 160 ans d'histoire, Demathieu Bard a développé une culture et des fondements solides. Ses savoir-faire reconnus lui ont permis d'être choisi pour des ouvrages emblématiques, comme le Centre Pompidou à Metz, le pont Jacques Cartier à Montréal ou encore plusieurs tronçons du Grand Paris Express. Aujourd'hui, le Groupe est présent dans les métiers des infrastructures génie civil, du bâtiment et de l'immobilier, avec une offre globale couvrant l'ensemble des métiers de la construction : de l'ingénierie au bureau d'études, en passant par la préfabrication et les lots techniques. Autre atout : notre chaîne de distribution, très courte. Les interactions entre les services et la fluidité dans les échanges permettent de combiner les compétences en développant des synergies. Cette adaptabilité nous a été bien utile durant la crise sanitaire, pour réagir et s'adapter au mieux.

Grands travaux et développement durable, comment concilier les deux ?

Il s'agit d'un enjeu essentiel que nous avons repris dans notre signature « oser entreprendre autrement ». La construction est une activité qui impacte l'environnement, ce qui nous incite depuis longtemps à prendre des mesures fortes en matière de développement durable. Afin de réduire notre empreinte environnementale et notamment notre empreinte carbone, nous sommes attentifs à la gestion des déchets et au réemploi des matériaux dans le cadre de l'économie circulaire. En parallèle, nos consommations d'énergie (chantiers et transports) font l'objet d'un suivi très fin. De plus, nous travaillons avec de nouveaux fournisseurs pour favoriser les matériaux bio-sourcés comme le bois ou le béton mélangé au chanvre. Enfin, notre démarche RSE se traduit au niveau des RH par une grande proximité avec les collaborateurs, pour lutter contre toute forme de discrimination.

RECRUTEMENT@DEMATHIEU-BARD.FR

Les challenges que vous relevez au quotidien ?

Le monde de la construction est un secteur complexe. Chaque projet est unique. Les règles qui s'y appliquent sont nombreuses, souvent difficiles à appréhender, et concernent tous les domaines de l'entreprise. Mon principal défi est donc de diffuser ces informations aux collaborateurs concernés. En arrivant il y a trois ans, afin de garantir une offre efficace en interne, j'ai choisi de délocaliser des experts juridiques, risques, assurances et conformité au plus près des opérationnels. Mon deuxième défi, crucial dans le secteur, est la parfaite réactivité : mon service/mes équipes doit/doivent pouvoir répondre rapidement à toute question qui se pose.

Un Millennial vous rejoint: qu'attendez-vous de lui et que va-t-il trouver?

Nous sommes en recherche permanente de jeunes talents pour accompagner notre croissance et notre développement. Au-delà de la diversité des parcours académiques qui nous enrichit, nous sommes sensibles aux personnalités des profils qui nous rejoignent : capacité à travailler au sein d'équipes hétérogènes, ouverture d'esprit, aptitude à communiquer… Dans ma direction, il faudra aussi un certain leadership pour animer la transversalité de façon proactive. Les jeunes diplômés trouveront chez Demathieu Bard une ambiance sereine et de franche collaboration, dans une entreprise à taille humaine qui pratique le droit à l'erreur et encourage la prise de responsabilité et l'autonomie.

Quels conseils souhaitez-vous transmettre aux jeunes qui s'apprêtent à entrer dans le monde professionnel ?

A ceux qui sont encore en études, je dirais : visez plus haut que ce que vous pensez pouvoir atteindre ! Aux jeunes diplômés : soyez curieux et ouverts, car ce sont les ingrédients incontournables de la réussite dans un monde complexe où tout est désormais multi-expertise. Un ingénieur doit s'intéresser au commerce, au droit ou à l'environnement, afin d'avoir une vue globale. Il faut se donner à fond mais faire attention à ne pas s'oublier, en gardant un sain équilibre.

UC Louvain pour moi ?

Je ne serai jamais assez reconnaissant à cette formation d'avoir été aussi diversifiée : bien sûr de multiples domaines de droit, mais aussi économie, finance, philosophie, marketing, sociologie, psychologie… Cet universalisme, qui me sert chaque jour, est vraiment une marque de fabrique précieuse de l'UCL !

CHIFFRES-CLÉS 2020

Création : **1861**

CA : **1,5** milliard €

3 886 collaborateurs

Activités : France, Allemagne, Luxembourg, Canada, Etats-Unis

Thermo Fisher Scientific

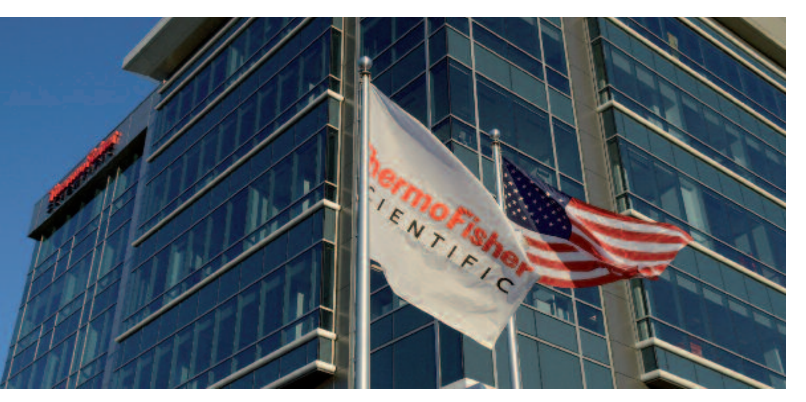
la science, passionnément !



Leader mondial sur le marché des équipements scientifiques, Thermo Fisher Scientific s'est retrouvé à la pointe du combat sanitaire (identification du virus, tests de dépistage, vaccins…) depuis deux ans. Avec ce souci constant d'innover pour faire avancer la science. Le témoignage de Giuseppe Vallauri (Université Bocconi 02), Vice-Président Finance chez Thermo Fisher Scientific. Par Jérôme Bourgine

La mission de Thermo Fisher : « aider ses clients à rendre le monde plus sain, plus propre, plus sûr ». Rude tâche depuis deux ans !

Nous avons été appelés à jouer un rôle majeur durant la crise sanitaire. Très vite, nos équipes ont décelé la structure du virus, ont ensuite travaillé jour et nuit sans relâche pour concevoir et déployer les tests PCR dans le monde entier puis pour produire en sous-traitance des millions de doses de vaccin.



Quelles qualités font de ce groupe le leader mondial sur son marché ?

Une combinaison inégalée de technologies innovantes (plus d'un milliard de dollars investis chaque année en R&D), de services et applications conçues pour chaque client, un processus d'achat simplifiés. Le tout s'appuyant sur une solide plateforme logistique mais également un système d'amélioration continue qui nous permet d'optimiser qualité et productivité.

Thermo Fisher est également une entreprise responsable…

Absolument, nous avons quatre volets dans notre stratégie RSE: Produits, Collègues, Environnent et Communautés. En quelques mots, sur ce dernier point, nous opérons des investissements ciblés via notre Fondation pour la Science. Le but ? Allumer une étincelle dans les yeux des futurs talents qui feront les découvertes de demain, puis les soutenir, étudiants, durant leur parcours.

Pourquoi Thermo Fisher est-il un groupe où il fait bon vivre ?

Parce qu'on ne s'y ennuie jamais, notre activité étant liée à un apprentissage constant. La science et le marché associé sont en évolution permanente et nous-mêmes sommes des moteurs actifs de cette progression.

Avez-vous personnellement ressenti cette attention prêtée par le groupe au « développement du talent » de chacun ?

Assurément. En dehors des formations reçues, j'ai - comme beaucoup - bénéficié d'un suivi personnalisé et accompli des missions transverses hors des activités habituelles, me permettant d'élargir mes compétences. Ajouté à une culture du feedback en temps réel permettant à chacun de mieux connaître ses forces et de travailler ses axes d'amélioration.

Et les jeunes talents qui aspirent à une expérience à l'étranger ?

Entreprise globale, nous avons des centres d'excellence dans le monde entier et la mobilité fait partie des outils permettant à chacun de progresser. Nous avons notamment mis en place un système de formation reposant sur des rotations dans différent pays.

De quel côté cherchez-vous du renfort et quels soft-skills faut-il posséder pour s'épanouir chez vous ?

En croissance importante nous embauchons dans tous les domaines scientifiques & commerciaux… sachant que les qualités essentielles sont l'ouverture d'esprit et la capacité à aller vers les autres. Notre groupe constitue une source de talents et de connaissances, quasi-illimitée qu'il faut savoir combiner pour arriver à LA solution.

Thermo Fisher Scientific en trois mots ?

Notre philosophie repose sur quatre valeurs, également prioritaires dans l'évaluation du travail de chacun : intensité, innovation, implication et intégrité

Un atout de l'Université Bocconi ?

Son ouverture sur le monde extérieur. Elle repose sur un puissant network d'entreprises et d'universités et j'ai ainsi pu aller étudier à Budapest puis effectuer un stage en entreprise en France.

Une best practice typique des grandes universités italiennes ?

Même si l'enseignement laisse sa part à l'esprit critique, la recherche de la plus grande rigueur scientifique possible est une caractéristique forte qui m'a beaucoup marqué.

CHIFFRES-CLÉS

CA 2020 : **31** milliards € - **90 000** collaborateurs

HTTPS://JOBS.THERMOFISHER.COM

Derrière l'objectif
Eric La

« Chaque étudiant a sa propre histoire. J'essaye de la refléter en photo. »

Eric La, tout juste diplômé de l'Université Toulouse III – Paul Sabatier, a lancé le projet Ouistiti ! en février 2021. Soutenu par le CROUS de Toulouse-Occitanie, il proposait des séances photos gratuites pour aider les étudiants à illustrer leur CV. Au tour du passionné de photographie de se faire tirer le portrait !

Par Léa Benhadouche

Face à la crise sanitaire, financière et psychologique vécue par la communauté étudiante, Eric ne pouvait pas rester les bras croisés. « Ma voisine de résidence, Mihaela Antoci, venue de Moldavie pour étudier en France, est repartie soudainement dans son pays natal par manque de moyens financiers. Je m'en suis voulu de ne pas l'avoir aidée plus que ça. Je me suis donc promis de ne pas faire la même erreur avec les autres étudiants. » Sa meilleure arme : son appareil photo.

Ouistiti ! : le projet solidaire d'Eric La

Faire bénéficier gratuitement les étudiants de séances photos portrait pour alimenter leur CV et booster leur recherche de stage et d'emploi en ces temps compliqués : telle était l'ambition de ce projet. « Ou pour leurs réseaux sociaux ! » rigole Eric, qui profitait de l'occasion pour faire des clichés plus funs. Ambiances, poses, fond blanc, à l'intérieur du foyer, puis en extérieur… Le photographe audacieux, créatif et solidaire, réalisait ainsi des sessions d'une heure avec des groupes de six étudiants dans le respect des règles sanitaires. D'abord dans sa résidence universitaire, puis dans les autres résidences de Toulouse.

Des sourires et des fous rires immortalisés

Et si le lien social n'était pas l'effet recherché à la base, c'est devenu la force de l'initiative. « Ouistiti ! a permis aux étudiants de se retrouver, de se rencontrer, d'échanger et de passer un bon moment ensemble » s'est rendu compte Eric, qui s'est trouvé un allié de taille dans cette bataille contre l'isolement des étudiants. Le CROUS de Toulouse-Occitanie a en effet proposé à l'étudiant un emploi de référent, lui permettant alors de toucher un Smic horaire après plusieurs semaines de bénévolat. L'étudiant toulousain a également remporté une bourse de 1 500 euros de la commission Culture du CROUS.

Epris de photographie

Cette passion pour la photographie, Eric avoue l'avoir développée un peu par hasard. « J'ai rejoint bénévolement une association il y a quelques années. Son président avait aussi une agence de voyage. En voyant sur ma photo de profil Facebook que je tenais un appareil photo (un pur hasard), il m'a demandé si j'étais photographe et j'ai répondu que je savais appuyer sur le bon bouton ! Il ne lui en fallait pas plus pour me proposer de l'accompagner en mission en Belgique pour prendre des photos. » Depuis, il n'y a pas que sur sa photo de profil Facebook qu'il tient un appareil !

L'effet « wahou ! » selon Eric La

L'évènementiel et le voyage sont aujourd'hui ses spécialités. Mais il apprécie aussi le format portrait. « Avant, j'étais très timide. Tenir un appareil photo et oser proposer aux gens de tirer leur portrait m'a donné confiance en moi. Je veux maintenant que ça leur donne confiance en eux. J'adore leur « wahou ! » quand ils se trouvent beaux sur mes photos. » L'étudiant tient plus que tout à faire sourire ceux qu'ils photographient. Sa quête : la recherche du naturel et de l'authenticité. « Je suis le reflet des émotions », définit-il son rôle de photographe.

« J'ai choisi ce nom car, bien que ce soit une phrase ringarde prononcée lorsqu'on prend une photo (je ne le fais pas !), le ouistiti est un animal intrépide et malin. A travers ce projet, je veux pousser d'autres étudiants à être intrépides et malins pour entreprendre des actions solidaires. »



Découvrez la galerie photo du projet Ouistiti !
Sur le site www.ericlaphotography.com et la page Facebook @ProjetOuistiti, ainsi que le travail d'Eric La sur son Instagram @rikouuspics

Fières et Sœurs
la nouvelle association féministe de Jean Monnet

Créée en octobre 2020 par quatre étudiantes de la Faculté de droit Jean Monnet (Université Paris-Saclay), l'association Fières et Sœurs pourrait bien vous étonner et même vous enchanter ! Son combat ? La lutte contre les inégalités vécues par les femmes et la communauté LGBTQ+. Ses armes ? Un contenu recherché mis en valeur par l'esthétisme qui lui a été donné.

Par l'équipe de Fières et Sœurs



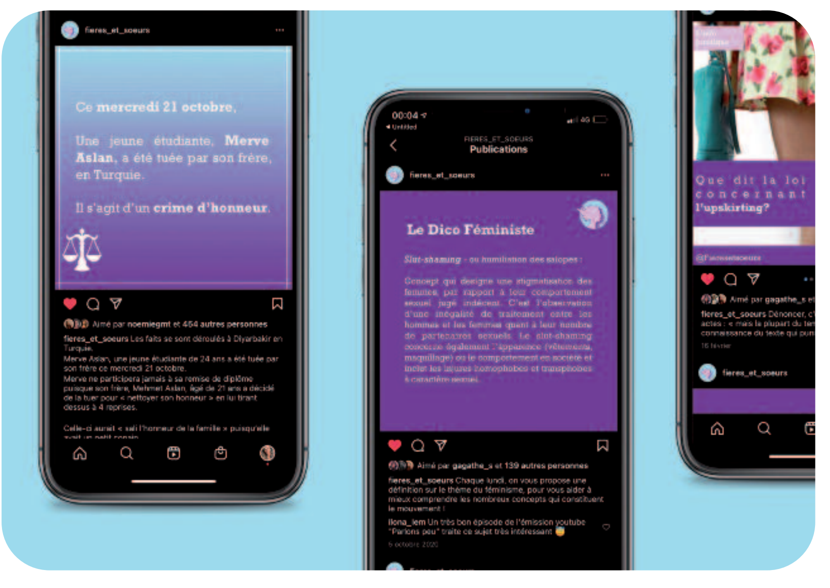
Née d'une indignation commune suite à la recrudescence des violences conjugales durant le confinement, l'association Fières et Sœurs souhaite sensibiliser à la condition féminine par l'écoute, l'échange et la prise de parole. Elle souhaite également révéler les violences cachées et prévenir les comportements sexistes, tout en favorisant la cohésion étudiante.

Les actions de Fières et Sœurs

Association féministe intersectionnelle, Fières et Sœurs vous propose un important panel de contenu sur ses réseaux sociaux, Facebook et Instagram. Elle informe ses abonnés des actualités liées aux inégalités femmes-hommes : nouvelles lois, décompte des féminicides de l'année… Elle les sensibilise également au vocabulaire que les féministes 2.0 utilisent à travers son dico féministe. On y retrouve notamment les concepts du « slut-shaming », du « backlash »… Certains thèmes assez peu connus ont été abordés, comme celui de l'endométriose par exemple. A cette occasion, des interviews évoquant le quotidien compliqué d'étudiantes atteintes de cette maladie sont disponibles sur les comptes de Fières et Sœurs. Mais ce n'est pas tout ! Fières et Sœurs propose aussi le « Femme Club », un format vidéo ou photo visant à raconter la vie de grandes femmes qui, pour certaines, ont été oubliées de l'Histoire.

Un soutien inattendu

C'est par cette forte présence sur les réseaux sociaux que l'association a espoir de toucher un maximum d'étudiants et d'étudiantes. Et pour preuve, cette association a été très bien accueillie par la communauté étudiante de l'Université Paris-Saclay, dont fait partie la Faculté Jean Monet. Après seulement un an d'existence, elle comptabilise aujourd'hui plus de 900 abonnés sur Instagram, majoritairement des étudiants de Paris Saclay ! Pourtant, parler de féminisme aurait pu faire peur et faire face à de nombreuses réticences… Au contraire, Fières et Sœurs a été énormément soutenue. Tout cela ne serait cependant pas possible sans l'aide de ses membres. Aujourd'hui une trentaine, tous très engagés dans la cause féministe.



A la recherche de partenariats

Pour cette nouvelle année, si le Covid-19 le permet, Fières et Sœurs aimerait organiser des conférences sur des sujets à la fois juridiques et féministes, des vidéos-débats ainsi que des récoltes de fonds pour soutenir des associations qui luttent auprès des femmes dans le besoin (victimes de violences conjugales, femmes SDF…). Pour mettre en place ces actions de sensibilisation, les membres de l'association ont besoin de soutien. Et si vous les aidiez ?

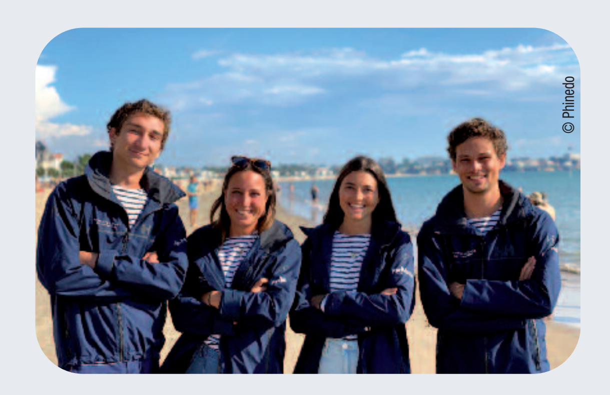
Pour le moment, l'association se concentre sur ses pages Instagram et Facebook et souhaite poursuivre cet idéal de proposer un contenu encore plus varié pour toucher le plus de monde possible.

Retrouvez-nous sur Facebook et Instagram
Contact : fieresetsoeurs@gmail.com



Le Challenge Spi Dauphine is back !

Le Challenge Spi Dauphine réunit chaque année des passionnés de voile venant des quatre coins de la France et du Royaume-Uni. Présentation de cette association étudiante emblématique de l'Université Paris-Dauphine – PSL qui fête sa 40e édition. Par l'équipe de Spi Dauphine



Tous les ans, plus de 700 étudiants se retrouvent en Méditerranée pour participer à ce challenge. Au programme : régate itinérante, networking et animations le soir sous le chapiteau pour les concurrents.

Qu'est-ce qu'une régate ?

L'activité principale de notre événement est la régate. Une régate itinérante est une course de voile où chaque étape se trouve dans un port différent. Toute la journée, les équipages se retrouvent sur l'eau où ils se disputent le Trophée Mer. En parallèle, le Challenge Multisport propose une compétition sportive entre les concurrents tout au long de la semaine.

Du pro et du fun

Depuis 40 ans, nous accueillons des entreprises. Une source d'opportunités et d'échanges pour les participants de la Spi qui s'apprêtent à intégrer la vie active. Cette année, nous mettons un point d'honneur sur l'accueil d'entreprises innovantes au sein de notre village startups. Mais la Spi reste un événement festif. En fin de journée, nous ouvrons les portes du chapiteau pour offrir aux concurrents une soirée mémorable. Nul doute que le mal de mer sera vite oublié pour certains !

L'équipe de la Spi Dauphine

Ses 45 membres travaillent toute l'année pour préparer des éditions toujours plus innovantes. Leur objectif pendant l'année ? Selon les pôles, les différentes missions des membres sont : rencontrer des entreprises, établir des partenariats et enfin, construire des liens avec des équipages et le monde de la voile.

Le Challenge Spi Dauphine fête ses 40 ans !

Après deux ans de report, la Spi est de retour et son équipe est plus que jamais déterminée à faire vibrer ses concurrents et ses partenaires pour une édition anniversaire. Elle aura pour objectif de célébrer ses 40 ans d'histoire et de souvenirs. Cette année, la course aura lieu du 23 au 30 Avril 2022. Nous dévoilerons les ports très prochainement et espérons vous y voir nombreux !

I ❤ mon asso

« De mon expérience à la Spi, je retiendrais deux faits marquants. Le premier est la prise de responsabilités. En tant que membre du bureau, mais aussi en tant qu'actif, on est responsable de A à Z de la bonne tenue et du bon déroulement de l'événement. Mais surtout, la Spi a enrichi d'une manière considérable mes relations sociales. J'ai pu y former des amitiés qui me suivront tout au long de la vie. Une expérience inoubliable ! » - **Paul Emile, Vice-Président du 39è Challenge Spi Dauphine**

Retrouvez-nous Instagram, Facebook et LinkedIn